BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat dan maju. Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, membuat kita berpikir tentang bagaimana menggunakan teknologi. Secara harfiah, teknologi berasal dari kata Yunani "tecnologia", yang berarti pembahasan sistematis tentang semua seni dan kerajinan. Akar istilah tersebut adalah "techne" dan "logos", yang berarti kata atau kata, sedangkan kata "techne" dalam bahasa Yunani kuno berarti seni (*art*) atau kerajinan (*craft*). Secara harfiah, teknologi dalam bahasa Yunani kuno dapat diartikan sebagai seni memproduksi dan menggunakan alat-alat produksi. Definisi sesuai dengan kebutuhan manusia. Teknologi dapat pula dimaknai sebagai "pengetahuan mengenai bagaimana membuat sesuatu" (*know-how of aking things*) atau "bagaimana melakukan sesuatu" (*know-how of doing things*), dalam arti kemampuan untuk mengerjakan sesuatu dengan hasil nilai yang tinggi, baik nilai manfaat maupun nilai jualnya (Martono, 2012:276).

Pada saat ini perkembangan teknologi informasi semakin kompleks dapat mengubah pola hidup masyarakat dari yang paling mendasar, seperti penggunaan telepon pintar secara penuh dan penggunaan media sosial yang meluas. Adapun teknologi saat ini dapat memudahkan bagi mereka yang menggunakannya untuk mengakses informasi dengan cepat, karena dapat dilihat masyarakat saat ini membutuhkan metode akses yang lebih praktis dan efisien untuk mempersingkat

waktu melakukan aktivitas sehari-hari. Selain itu dengan berkembangnya teknologi informasi semakin memudahkan para pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya. Salah satu teknologi informasi yang mendukung hal tersebut adalah internet. Menurut Ellul (dalam Miarso, 2007:131), teknologi adalah keseluruhan metode yang secara rasional mengarah dan memiliki ciri efiensi dalam setiap bidang kegiatan manusia. Teknologi merupakan salah satu wujud kebudayaan yang bersifat fisik (material). Kebudayaan material ini mencakup berbagai benda yang diciptakan manusia, dalam konsep sederhana, kebudayaan ini terwujud dalam bentuk berbagai peralatan hidup. Semua peralatan hidup ini dapat diartikan sama dengan konsep teknologi, yang merujuk pada perkembangan dan aplikasi dari peralatan, mesin, material dan proses yang membantu manusia menyelesaikan masalahnya.

Menurut McLuhan (1962) "inovasi dalam bidang teknologi informasi atau teknologi komunikasi memberi perubahan yang sangat besar terhadap kehidupan masyarakat". Perubahan perilaku masyarakat ini dapat diketahui dari penggunaan internet, dimana bahwa masyarakat yang semula tidak aktif menggunakan internet menjadi aktif sebagai pengguna internet. Hal ini memperlihatkan kebiasaan perilaku masyarakat yang lebih memanfaatkan waktunya untuk menggunakan internet sebagai salah satu aktivitas sehari-hari, bahkan sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan sosialnya. Artinya, secara langsung teknologi memberikan dampak perubahan sosial bagi masyarakat melalui penggunaan internet. Selain itu, penggunaan internet juga mengalami perubahan dari sisi pemanfaatannya.

Berdasarkan itu bahwa terlihat internet yang mulanya cenderung digunakan untuk komunikasi pemasaran dan pencitraan, kini sebagian dari mereka yang menggunakannya sudah memanfaatkan untuk transaksi jual beli. Transaksi jual beli dalam internet biasa kita sebut dengan *online shopping*. Hanya perlu terhubung dengan internet agar melakukan trransaksi jual beli secara *online*, kegiatan jual beli pun menjadi lebih mudah dan menghemat waktu. Aspek kepraktisan ini mengakibatkan para konsumen tertarik untuk membeli barang kebutuhannya melalui internet, khususnya masyarakat Indonesia. Hal ini karena masyarakat menginginkan kemudahan dalam segala aspek kehidupan dengan prinsip yang lebih praktis, sehingga tidak mengganggu pekerjaan karena dapat mempersingkat waktu.

UNIVERSITAS ANDALAS

Sumber: APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)

Gambar 1

Pengguna Internet Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan gambar diatas mengenai pengguna internet menurut pekerjaan dikatakan bahwa pengguna internet tertinggi di Indonesia adalah mahasiswa yaitu

89,7%. Mahasiswa menjadi dominan atau paling tinggi daripada tingkat pekerjaan lainnya. Hal ini disebabkan mahasiswa lebih aktif dalam mencari berbagai macam informasi melalui internet dalam memenuhi tugas kuliah, membaca artikel atau jurnal, bersosial media, bermain game *online*, dan mencari barang untuk memenuhi kebutuhannya.

Internet ini sendiri mudah digunakan oleh seluruh kalangan, dan salah satu di antaranya yaitu pada kalangan mahasiswa. Mahasiswa yang merupakan bagian dari masyarakat sangat dekat dengan hal-hal dengan mengakses informasi dengan dunia internet. Internet digunakan oleh kalangan mahasiswa sebagai sumber ilmu pengetahuan; dalam mengakses buku secara *online*, laporan ilmiah, jurnal ilmiah dan dokumen lain; serta hanya sekedar mengakses situs-situs *online* melalui internet (Hasugian, 2005). Tersebarnya situs *online* yang terdapat di internet saat ini berdampak pada kalangan mahasiswa yang semakin sering melakukan akses internet. Adapun banyak dari mereka juga mengakses situs-situs belanja *online* yang ada di internet sebagai pilihan mereka untuk berbelanja.

Peningkatan belanja secara *online* ini memperlihatkan semakin meningkatnya pembelian di toko *online* pada masyarakat, terutama pada kalangan muda-mudi Indonesia, yang mana mahasiswa saat ini juga sebagai salah satu pengguna aplikasi belanja online yang aktif. Sehingga hal ini juga diiringi dengan semakin banyaknya *online shop* bermunculan pada media sosial yang terdapat di internet, sehingga menarik perhatian pada kalangan mahasiswa yang melihatnya.

Proses jual beli di toko *online* dilakukan dengan memberi beberapa syarat kepada calon konsumen. Termasuk memberikan syarat bagi calon konsumen agar

mendaftar sebagai anggota. Konsumen yang telah menjadi anggota bisa memesan produk barang yang ingin dibeli. Setelah itu, konsumen menggunakan kartu kredit atau transfer bank untuk membayar produk yang dibeli. Kemudian, pemilik toko *online* akan mengirimkan produknya ke lokasi yang dituju konsumen (Wicaksono, 2010). Toko *online* itu sendiri juga menampilkan informasi yang sangat jelas mulai dari mencari produk/jasa hingga pembayaran. Hal ini agar pembeli dapat menemukan produk yang mereka butuhkan dengan mudah. Oleh karena itu, kaum milenial akan mempertimbangkan situasi ini ketika berbelanja di toko *online* (Constatinides, 2010). Perilaku masyarakat yang gemar berbelanja untuk memenuhi kebutuhan tersebut juga memungkinkan belanja *online*, kapan saja, di mana saja dalam kondisi yang diperbolehkan.

Konsumen melakukan belanja *online* bukan hanya untuk membeli barang secara *online*, namun juga guna memperoleh informasi seperti perbandingan harga, fitur produk, dan fasilitas layanan penjual yang akan diterima jika mereka membeli produk dari toko *online* tersebut (Shergill dan Chen, 2005). Perilaku belanja konsumen di toko *online* berbeda dengan pembelian di toko langsung. "Belanja *offline* telah dieliminasi di sisi konsumen seperti ketidaknyamanan belanja tradisional seperti melawan kerumunan, berdiri pada antrean panjang, dan berjuang untuk mencari ruang parkir di mal yang sibuk" (Suki dan Suki, 2013). Hasil penelitian Tabatabei (2009) menunjukkan bahwa konsumen *offline* memiliki pandangan positif terhadap belanja *online*. Konsumen mungkin tertarik akan melakukan belanja *online* untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka karena ada hal yang begitu efisien. Selain itu, dibandingkan dengan belanja offline,

belanja online ini memberikan banyak kemudahan bagi konsumen. Teknologi membuat kaum milenial mengandalkan media sosial sebagai tempat mencari segala macam informasi, termasuk informasi belanja online.

Saat ini perubahan gaya hidup yang konsumtif sangat terlihat pada generasi modern atau yang biasa disebut dengan generasi *millennial* (Millenial Generation), generasi milenial adalah generasi modern yang hidup di sekitar pergantian milenium. Bersamaan dengan saat ini, teknologi digital mulai merambah ke semua aspek kehidupan. Generasi milenial atau yang disebut juga generasi Y lahir sekitar tahun 1980 hingga 2000. Sehingga dapat dikatakan generasi millenial adalah meliputi generasi muda yang saat ini berusia sekitar 15-34 tahun. Rentang usia tersebut sesuai dengan usia rata-rata mahasiswa yang sedang menjalani pendidikan di perguruan tinggi yaitu sekitar 19-34 tahun.

Mahasiswa merupakan kalangan yang "melek" teknologi dan sangat dekat dengan dunia internet sehingga fenomena *online shop* sangat dekat dengan mereka. Selain itu, pada kalangan mahasiswa merupakan salah satu yang berpotensi aktif dalam menggunakan situs jejaring sosial. Salah satu kebutuhan utama setiap manusia yaitu menggunakan pakaian, selain pangan dan papan. Seiring berkembangnya zaman, fungsi pakaian dari pelindung tubuh dapat menjadi gaya hidup dan tren (Adiputra & Moningka, 2012). Namun, tidak hanya itu belakangan ini terdapat juga kebutuhan lainnya yang bersifat menunjang tren dan gaya hidup, yaitu kebutuhan untuk mempercantik penampilan diri, salah satunya adalah dengan penggunaan alat kosmetik yang saat ini telah banyak digunakan pada kalangan mahasiswa.

Dalam hal perilaku pembelian khususnya di kalangan pelajar atau mahasiswa telah terjadi perubahan, dimana dulu mereka pergi ke toko atau pusat perbelanjaan, sekarang mereka menggunakan teknologi dan akses internet untuk berbelanja *online*. Belanja *online* sendiri dapat diakses melalui komputer atau *handphone*. Perubahan perilaku belanja *online* sedikit banyak telah mengubah nilai sosial dari transaksi verbal pembeli asli, sedangkan belanja *online* sendiri menggunakan fasilitas internet untuk melakukan transaksi melalui ponsel atau komputer. Mahasiswa biasanya menghabiskan waktu untuk pergi ke tempat-tempat belanja, tidak hanya untuk mencari produk yang mereka butuhkan, tetapi juga untuk mencari informasi tentang produk yang sedang populer saat ini. Dengan memberikan kemudahan tersebut, belanja *online* menjadi semakin populer karena dianggap lebih menghemat waktu dan lebih fleksibel dalam memilih berbagai barang dibutuhkan.

B. Rumusan Masalah

Pada saat ini seiring berkembangnya teknologi dan informasi, dengan muculnya aplikasi belanja *online* ini menyebabkan adanya perubahan dalam cara membeli suatu barang yaitu dimana biasanya kegiatan jual beli dilakukan secara bertatap muka maka sekarang dapat dilakukan tanpa harus bertemu dengan penjualnya langsung. Dengan adanya aplikasi belanja *online* yang menawarkan kemudahan bagi masyarakat maupun mahasiswa yang ingin berbelanja namun tidak ingin repot lagi keluar rumah untuk pergi ke toko langsung dapat memanfaatkan aplikasi ini untuk memenuhi kebutuhannya.

Aplikasi belanja *online* ini dapat diakses dimana saja dengan menggunakan *handphone* dan internet. Pada kalangan mahasiswa sendiri juga dikatakan aktif dalam menggunakan internet, dimana mahasiswa dapat mencari jurnal, artikel, ataupun bahan bacaan dengan mudah melalui internet. Disamping itu mahasiswa juga aktif menggunakan situs jejaring sosial dan aplikasi lain yang salah satunya merupakan aplikasi belanja *online* ini pada *handphone*nya. Dengan adanya aplikasi belanja online ini, mereka dapat memesan apapun barang kebutuhan yang diinginkan dengan mudah. Sehingga aplikasi belanja online ini menjadi salah satu ketertarikan sendiri pada kalangan mahasiswa Unand untuk menggunakannya.

Bertolak dari uraian diatas, maka yang menjadi pokok perumusan masalah dalam penelitian yang akan dilakukan ini adalah:

1. Bagaimana pengetahuan mahasiswa terhadap aplikasi belanja online?
2. Bagaimana pemanfaatan dan pengunaan aplikasi belanja online oleh mahasiswa?
3. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa menggunakan aplikasi belanja online?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi pengetahuan mahasiswa terhadap aplikasi belanja online.
2. Mengetahui penggunaan aplikasi belanja online dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa.
3. Menganalisa faktor yang mempengaruhi mahasiswa menggunakan aplikasi belanja online.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi ilmu pengetahuan: Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik dengan bidang tersebut, khususnya yang berkaitan dengan perilaku mahasiswa yang menggunakan aplikasi belanja online
2. Bagi peneliti: Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wadah para peneliti menerapkan ilmu-ilmu hayat sosial dan memperkaya wawasan yang bermanfaat untuk mengembangkan pengetahuan penelitian.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk menambah pemahaman dalam melakukan penelitian, ada beberapa literatur yang dibaca. *Pertama* adalah penelitian oleh Dival Destamar yang berjudul *Analisis Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Gojek Fitur Gofood* (2016). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dirancang untuk menganalisis dan memahami dampak promosi, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang menggunakan aplikasi Gojek fitur GoFood dan tinggal di wilayah Jakarta Selatan. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 responden, untuk metode pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner *online* berbentuk *google form*. Hasil dari penelitian adalah pertama promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian,

kedua kualitas layanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dan terakhir harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian Dival Destamar tersebut maka dapat diketahui persamaan pada penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu pada tema persoalan mengenai aplikasi belanja online Gojek fitur GoFood. Namun terdapat juga perbedaan, dimana pada penelitian Dival Destamar lebih memfokuskan analisisdan untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian, sedangkan peneliti mencoba melihat perilaku mahasiswa dengan adanya aplikasi belanja online.

Kedua, penelitian skripsi jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Internasional Batam yang ditulis oleh Imadatul Khairiyah pada tahun 2019 yang berjudul "Analisa Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Belanja Online di Kota Batam". Dalam penelitian ini peneliti memiliki tujuan melihat pengaruh dari risiko keuangan terhadap sikap konsumen dalam belanja online, pengaruh dari kenyamanan terhadap sikap konsumen dalam belanja online, pengaruh dari risiko keuangan secara langsung terhadap perilaku belanja online, pengaruh dari kenyamanan secara langsung terhdap perilaku belanja online, dan pengaruh dari sikap sebagai variabel intervening dalam perilaku belanja online. Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel risiko keuangan sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku belanja online konsumen. Bagi konsumen yang takut menggunakan aplikasi belanja online, risiko finansial tidak lagi menjadi pertimbangan mereka. Pengaruh kenyamanan belanja online terhadap sikap

konsumen sama dengan pengaruh risiko keuangan terhadap sikap, dan tidak signifikan.

Ketiga, penelitian oleh Adik Praharjo yang berjudul *Perilaku Pembelian Secara Online Generasi Milenial Indonesia* (2019). Dalam penelitian ini peneliti menyebar lembar sejumlah pertanyaan atau kuesioner pada *fans page* shopee Indonesia yang terdapat pada sosial media seperti facebook, *youtube*, dan instagram. Adapun hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa variabel bebas kegunaan, estetika, interaksi, dan bauran pemasaran berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap perilaku belanja online. Hal tersebut mempunyai arti bahwa dengan menggunakan variabel tersebut para pelanggan Shopee telah sangat mudah dalam menggunakan aplikasi, estetika yang menarik, interaksi yang mudah dan bauran pemasaran yang dapat meudahkan pembelian secara online. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu variabel kegunaan, estetika, interaksi, dan bauran pemasaran memiliki beberapa atau kedua pengaruh yang signifikan. Hal ini menjelaskan bahwa aplikasi belanja Shopee sangat serius membuat konten untuk memudahkan pelanggan berbelanja online melalui tampilan, interaksi, dan bauran pemasaran yang menarik yang terdapat di aplikasi belanja Shopee.

Berdasarkan penelitian oleh Adik Praharjo dapat ditarik persamaan antara penelitian Adik Praharjo dengan peneliti yaitu penelitian ini ingin melihat perilaku pembelian secara online generasi milllineal. Perbedaannya penelitian ini menggunakan menggunakan metode kuantitatif dengan menyebar kuesioner pada *fans page* shopee Indonesia yang terdapat pada sosial media seperti facebook. Sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dan mewawancarai

mahasiswa secara langsung untuk mengetahui bagaimana penggunaan aplikasi belanja online oleh mahasiswa.

Keempat, penelitian skripsi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Amper Surabaya yang ditulis oleh Ariza Qurrota A'yun pada tahun 2019 yang berjudul "Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Online Shop (Studi Pada Mahasiswa PGSD UNUSA)". Dalam penelitian ini penelii memfokuskan masalah yaitu bagaimana motif mahasiswa PSGD UNUSA dalam melakukan belanja online sehingga memiliki perilaku konsumtif, dan bagaimana gaya hidup mahasiswa pengguna online shop tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan metoode penelitian kualitatif. Disini peneliti ingin mengetahui makna dari pengalaman yan.g dialami ooleh para mahasiswa UNUSA sebagai pengguna oonline shop melalui studi fenomenologi. Adapun berbagai macam alasan dan motif yang mendasari perilaku untuk berbelanja melalui media online shop yang dilakkukan teus menerus secara berlebihan sehingga dapat disebut gaya hidup. Dari hasil wawancara peneliti menyimpulkan bahwa informan selalu aktif untuk melihat-lihat barang yang dijual di online shop dan tergoda untuk membeli barang tersebut yang ada di online shop. Hasil dari penelitian tentang gaya hidup mahasiswa pengguna online shop yang pertama tentang motif mahasiswa dalam melakukan belanja online sehingga memiliki perilaku konsumtif. Adapun motif yang didapat berdasarkan data lapangan yaitu terpengaruh dari teman, selalu update barang terbaru, gambar barang lebih bagus, harga lebih murah, dan menghemat waktu dan praktis.

Kelima penelitian yang dilakukan oleh Dedy Ansari dan Dita Amanah pada tahun 2018 yang berjudul *Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus.* Di dalam penelitian ini menjelaskan perilaku setiap konsumen dalam memutuskan membeli suatu produk menjadi suatu kajian khusus bagi setiap perusahaan sebelum melepaskan produknya ke pasar. Dalam hal ini peneliti membandingkan dengan beberapa penelitian sebelumnya yaitu yang dilakukan perilaku belanja online atau pembelian online di Indonesia menyatakan bahwa kepercayaan, harga, kemudahan, kenyamanan dan ketersediaan merupakan faktor paling utama dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih belanja di toko online. Selanjutnya keamanan, kualitas produk, tampilan website dan perilaku konsumtif juga mempengaruhi pembelian online. Dari beberapa hasil penelitian juga menunjukkan kecenderungan konsumen memilih sistem berbelanja online dibandingkan dengan *offline* atau pergi belanja langsung ke tokonya. Sehingga hal ini akan memberi dampak pada toko online yang menyediakan produk yang berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu, hal ini akan berdampak pada toko online yang menyediakan produk berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Toko online ini harus tanggap dalam mengelola bisnisnya agar konsumen dapat terus berbelanja di tokonya. Sementara konsumen itu sendiri cenderung memiliki banyak pilihan dalam berbelanja online dalam memenuhi kebutuhannya dengan menggunakan toko online.

Persamaan dari antara penelitian yang dilakukan Dedy Ansari dan Dita Amanah dengan peneliti terletak pada fokus penelitian. Keduanya sama-sama

membahas perilaku belanja online. Namun penelitian Dedy Ansari dan Dita Amanah ini lebih mengamati perilaku setiap konsumen dalam memutuskan membeli suatu produk menjadi suatu kajian khusus bagi setiap perusahaan sebelum melepaskan produknya ke pasar. Sedangkan peneliti sendiri akan lebih mengamati bagaimana penggunaan aplikasi belanja online pada mahasiswa Universitas Andalas.

Dari beberapa penelitian diatas terkait dengan perilaku pengguna aplikasi belanja online saat ini yaitu peneliti ingin melihat bagaimana mahasiswa saat ini yang telah mengetahui dan memanfaatkan aplikasi belanja online ini pada kehidupannya. Dimana dengan adanya aplikasi belanja online ini menambah pengetahuan mahasiswa akan cara dalam berbelanja yang baru, yang mana aplikasi belanja online ini dianggap lebih praktis. Peneliti disini ingin melihat awal mula informan mahasiswa Universitas Andalas menggunakan alat teknologi komunikasi hingga memiliki pengetahuan akan adanya aplikasi belanja online dan bagaimana mereka menggunakan aplikasi ini dalam kehidupannya sehari-hari.

F. Kerangka Pemikiran

Ilmu Antropologi pada dasarnya mengkaji tentang kebudayaan, mengkaji tentang beraneka ragam masyarakat. Budaya digunakan untuk mengacu pada pola kehidupan suatu masyarakat dan kegiatan dan pengaturan material dan sosial yang berulang dan secara teratur yang merupakan kekhususan suatu kelompok manusia tertentu (Goodenough, 1961). Kebudayaan suatu masyarakat terdiri atas segala sesuatu yang harus diketahui atau dipercayai seseorang agar dapat berperilaku

dalam cara yang dapat diterima oleh anggota masyarakat tersebut, budaya bukanlah suatu fenomena material, budaya dipandang sebagai sistem pengetahuan atau sebagai bagian sistem kognitif manusia. Disini peneliti ingin mengetahui pengetahuan yang dimiliki mahasiswa akan suatu aplikasi yang dapat membantu memenuhi kebutuhannya dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku mereka dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Definisi budaya menurut Spradley adalah sebagai sistem pengetahuan yang diperoleh manusia melalui proses belajar, yang mereka gunakan untuk menginterpretasikan dunia sekeliling mereka, dan sekaligus untuk menyusun strategi perilaku dalam menghadapi dunia sekeliling mereka (James P. Spradley, 2006).

Orang-orang dari aliran kognitif beranggapan bahwa setiap masyarakat memiliki satu sistem yang unik dalam mempersepsikan dan mengorganisasikan fenomena material, seperti benda-benda, kejadian, perilaku dan emosi. Karena itu, kajian antropologi bukanlah fenomena material tersebut, tetapi tentang cara fenomena tersebut diorganisasikan dalam pikiran (*mind*) manusia. Jadi singkatnya, budaya itu ada di dalam pikiran (*mind*) manusia, dan bentuknya adalah organisasi pikiran tentang fenomena material (James P. Spradley, 2006).

Menurut Goodenough, kebudayaan sebagai suatu sistem yang terdiri atas pengetahuan, kepercayaan, dan nilai-nilai yang ada dalam pikiran individu dalam masyarakat, yang menjadikan hal tersebut menjadi sebuah pedoman bagi terwujudnya perilaku. Sejalan dengan Koetjaraningrat, beliau menyebutkan "Kebudayaan adalah seluruh sistem gagasan dan rasa, tindakan, serta karya yang

dihasilkan manusia dalam kehidupan bermasyarakat, yang dijadikan miliknya dengan belajar" (Koetjaraningrat, 2009: 144).

Dapat disimpulkan bahwa kebudayaan kognitif akan melahirkan sistem pengetahuan dalam masyarakat, dalam hal ini juga termasuk pengetahuan mengenai suatu aplikasi baru yang dapat mempermudah kehidupan. Pengetahuan baru ini akan mempengaruhi gaya hidup seseorang yang dimana akan berpengaruh pada perilaku penggunaan aplikasi belanja online.

Teori pilihan rasional memusatkan perhatian pada aktor, yang dianggap sebagai orang yang memiliki tujuan atau maksud, yang berarti bahwa aktor memiliki tujuan dan tindakan tertentu untuk berusaha mencapai tujuan tersebut. Aktor juga dianggap memiliki pilihan (atau nilai, kebutuhan). Teori pilihan rasional tidak peduli apa pilihan itu atau apa sumber dari pilihan aktor itu. Yang penting adalah kenyataan bahwa tindakan dilakukan untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan tingkatan pilihan aktor (dalam Ritzer & Goodman, 2007:357).

Coleman (1994) memberikan gagasan mengenai teori pilihan rasioanal bahwa "orang-orang bertindak secara purposif menuju tujuan, dengan tujuan (dan demikian juga tindakan-tindakan) yang dibentuk oleh nilai-nilai atau preferensi". Dia juga menambahkan bahwa bagi aktor rasioanl yang berasal dari ekonomi, dalam memilih tindakan-tindakan tersebut seorang aktor akan lebih memaksimalkan utilitas, atau pemenuhan kepuasan kebutuhan dan keinginan mereka.

Rasional dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata rasio, yaitu pemikiran yang logis, atau sesuai dengan nalar manusia secara umum. Sedangkan

rasional ialah menurut pikiran dan pertimbangan logis, menurut pikiran yang sehat, cocok dengan akal. Jadi rasionalitas mengacu pada pemikiran seseorang berdasarkan akal sehat dan pertimbangan logis. Atau dapat dikatakan didasarkan pada pemikiran dan pertimbangan yang logis, akal sehat dan rasionalitas. Jadi yang disebut pilihan rasional adalah pilihan yang dibuat menurut logika pribadi dan proporsi rasional masing-masing orang.

Ketika dihadapkan pada banyak pilihan di depan kita, maka akan muncul rasionalitas, yang memberikan kebebasan untuk membuat pilihan dan tuntutan bahwa pilihan harus dibuat. Jika pilihan itu untuk memenuhi kebutuhannya sebanyak-banyaknya, maka dapat dikatakan bahwa pilihan itu rasional. Bisa dikatakan aplikasi belanja online kini menjadi pilihan bagi mereka yang menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Gaya hidup adalah pola perilaku yang membedakan antara seseorang dengan orang lain. Pola-pola kehidupan sosial yang khusus seringkali disederhanakan dengan istilah budaya. Pada saat yang sama, gaya hidup tergantung pada bentuk budaya, tata krama, cara menggunakan barang, tempat dan waktu tertentu sebagai karakteristik suatu kelompok.

Gaya hidup menurut (Kotler, 20020) adalah pola hidup seseorang di dunia yang dinyatakan dalam bentuk kegiatan, minat, dan pendapatnya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan membelanjakan uangnya, dan bagaimana ia mengalokasikan waktu dalam hidupnya, yang juga dapat dilihat dari aktivitas kesehariannya dan minat apa yang ia butuhkan dalam hidup.

Gaya hidup dapat diekspresikan dengan apa yang dikenakan seseorang, apa yang dikonsumsinya, dan bagaimana ia bersikap atau bertingkah laku di depan orang lain. Bagong Suyanto (2013: 139) menyatakan bahwa gaya hidup mengandung pengertian sebagai cara hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respon terhadap hidup, serta terutama perlengkapan hidup.

Perilaku adalah respon atau reaksi seseorang terhadap rangsangan atau lingkungan yang dipengaruhi oleh kepribadiannya. Ciri-ciri perubahan perilaku adalah bertambahnya pengetahuan, keterampilan sikap dan pengetahuan profesional, serta dipengaruhi oleh sifat-sifat dasar lainnya (Chatab, 2007: 90). Istilah perilaku berarti tingkah laku manusia yang berkaitan dengan segala aktivitas fisik manusia, baik berupa interaksi manusia dengan sesamanya maupun dengan lingkungan fisiknya (Laurens, 2004:1).

Manusia beraktifitas dan berperilaku dikarenakan adanya kebutuhan untuk mencapai suatu tujuan yang mereka inginkan. Dengan berperilaku, sebagai kegiatan yang dilakukan oleh organisme yang bersangkutan, maka akan muncul motivasi atau penggerak, sehingga individu akan beraktifitas agar tercapai tujuan yang mereka inginkan dan mendapatkan kepuasan dari tujuan yang tercapai tersebut (Diana dan Husaini, 2017 : 657).

Perilaku konsumtif menurut Hamilton dkk. (2005) disebut dengan istilah *wasteful consumption* yang dimaknai sebagai perilaku konsumen dalam membeli barang dan jasa yang tidak berguna atau mengkonsumsi lebih dari definisi yang masuk akal dari kebutuhan. Sementara menurut Solomon dkk. (dalam Shukla dan

Sharma, 2009), perilaku konsumtif merupakan sebuah konsekuensi dari keinginan konsumen dalam menampilkan kekayaan. Sementara itu, Fromm (2008) juga menggambarkan perilaku konsumtif sebagai peningkatan keinginan untuk membeli agar memperoleh kepuasan dalam kepemilikan barang dan jasa terlepas dari penggunaannya, hanya berdasarkan keinginan untuk membeli yang lebih baru, lebih banyak dan lebih bagus dengan tujuan untuk menunjukkan identitas, *prestige*, kekayaan, hak istimewa dan sesuatu yang mencolok.

Pada dasarnya dengan seseorang membeli suatu barang yaitu untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari, dan orang tersebut berharap bahwa dengan pengetahuan yang dimiliki akan memudahkannya dalam memilih alternatif untuk memenuhi kebutuhannya yang mana akan membawanya kepada suatu keadaan yang lebih memuaskan dari pada keadaan sebelumnya dengan tujuan tertentu. Demi mencapai tujuan-tujuan itu, orang-orang mencari tahu melalui pengetahuan yang dimilikinya seperti perkembangan taknologi dan informasi saat ini.

Online shop merupakan sarana atau toko untuk menawarkan barang dan jasa lewat internet sehingga pengunjung *online shop* dapat melihat barang-barang di toko online (Loekamto, 2012). Konsumen dapat melihat produk dalam bentuk gambar atau foto atau bahkan video. Toko online atau *online shop* dapat dikatakan sebagai tempat dimana sebagian besar aktivitasnya dijual secara *online* di internet. Toko *online* memberikan berbagai kemudahan kepada konsumen, antara lain penghematan biaya, barang dapat diantar langsung ke rumah, pembayaran melalui transfer, dan harga yang lebih bersaing (Juju & Maya, 2010).

Shopee adalah salah satu aplikasi belanja online Indonesia. Shopee Indonesia sendiri resmi masuk ke Indonesia pada Desember 2015 dan dikelola oleh PT Shopee International Indonesia. Shopee mudah diterima oleh semua lapisan masyarakat, karena Shopee menjalankan bisnis mobile market C2C (*customer-to-customer*), termasuk di Indonesia, shopee memiliki beragam kategori produk, seperti elektronik, fashion, bayi dan anak, perawatan dan kesehatan, peralatan olahraga, dan bahkan peralatan rumah tangga. . Perkembangan Shopee di Indonesia sangat pesat. Shopee menyediakan berbagai sistem pembayaran melalui transfer bank, kredivo, Indomaret dan kartu kredit. Selain itu, Shopee juga menyediakan e-wallet atau dompet elektronik. "Koin Shopee" merupakan koin virtual yang diperoleh dari hasil pembelian barang dengan sistem *cashback* pada promo tertentu, "Koin Shopee" ini yaitu merupakan fittur yang disediakan oleh aplikasi shopee. Koin shopee ini dapat ditukarkan dengan potongan harga ketika pembelian barang berikutnya. Shopee pay dapat menyimpan semua dana, baik untuk pembelian atau penjualan. Shopee telah berhasil menjangkau 515 kota dan kabupaten di Indonesia. Aplikasi shopee telah diunduh oleh lebih dari 43 juta pengguna dan 95% akses shopee dilakukan melalui aplikasi seluler (lifestyle.kompas.com, 2018).

Gojek merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri jasa. Menurut Fandy Tjiptono (2011), pelayanan mengacu pada aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang dijual. Sedangkan menurut Umar (2003), jasa adalah suatu tindakan atau perilaku yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengarah pada kepemilikan apapun. Produk jasa dapat berhubungan dengan produk fisik atau tidak. Setelah sukses dengan ojek

online, Gojek kemudian menambahkan beberapa fitur tambahan yang bertujuan untuk mengembangkan bisnis ini. Fitur tambahan itu berupa pesan antar makanan (Go-Food), mengirim barang (Go-Send), jasa angkut barang (Go-Box), jasa antar menggunakan mobil (Go-Car dan Go-Bluebird), jasa pembelian tiket agar pelanggan tidak perlu repot mengantri (Go-Tix), perawatan salon (Go-Glam dan Go-Massage) sampai dengan jasa membersihkan rumah (Go-Clean).

Fitur yang paling banyak digunakan pengguna Gojek setiap hari adalah Go-Food, karena Go-Food memang merupakan layanan pesan antar makanan pertama di Indonesia. Meskipun inovasi pesan antar makanan sudah ada sejak lama, namun pesan antar makanan yang ada hanya disediakan oleh restoran yang menyediakan layanan tersebut, tidak semua restoran. Sehingga disini, peran Gojek adalah menjadi pelopor pesan antar makanan pertama di Indonesia. Melalui Go-Food, selama restoran tujuan bekerja sama dengan Go-Food, masyarakat dapat memesan berbagai jenis makanan. Hal ini juga sangat menguntungkan bagi pemilik restoran, karena akan lebih memajukan pemasaran makanan pada restoran mereka.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha mengitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganilis angka-angka

(Afrizal, 2015: 13). 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).

Penggunaan metode penelitian kualitatif ini disebabkan oleh beberapa pertimbangan yaitu metode kualitatif untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini. Kemudian metode ini memungkinkan penulis untuk menyajikan suatu topik secara lebih detail dan terperinci, serta dapat meneliti subjek penelitian dalam latar yang alamiah (Herdiansyah, 2011:15-16). Metode kualitatif memungkinkan penyajian yang lebih detail mengenai bagaimana perilaku mahasiswa pengguna aplikasi belanja *online*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dan studi naratif. Penelitian studi kasus merupakan studi tentang suatu kasus dalam kehidupan nyata, dalam konteks atau setting kontemporer (Yin, 2009, dalam Creswell, 2015: 135). Sebagai suatu upaya penelitian, studi kasus dapat memberi nilai tambah pada pengetahuan kita secara unik tentang fenomenal individual, organisasi, sosial dan politik (Yin, 2005: 4). Sedangkan penelitian naratif merupakan tipe desain kualitatif yang spesifik yang narasinya dipahami sebagai teks yang dituturkan atau dituliskan dengan menceritakan tentang peristiwa/aksi atau rangkaian peristiwa/aksi yang terhubung secara kronologis (Czarniawska, 2004, dalam Creswell, 2015: 96).

2. Matriks Data

No	Tujuan Penelitian	Pertanyaan	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
1.	Mengindentifikasi pengetahuan mahasiswa terhadap aplikasi belanja *online*	1. Kapan pertama kali menganal dan menggunakan aplikasi belanja *online*? 2. Apa saja yang diketahui dari aplikasi belanja *online* ini?	Mahasiswa pengguna aplikasi belanja *online*	Wawancara dan observasi
2.	Mengetahui penggunaan aplikasi belanja *online* dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa.	1. Bagaimana profil mahasiswa pengguna aplikasi belanja *online*? 2. Seberapa sering menggunakan aplikasi belanja *online* ini?	Mahasiswa pengguna aplikasi belanja *online*	Wawancara dan observasi
3.	Menganalisa faktor-faktor yang memepengaruhi mahasiswa menggunakan aplikasi belanja *online*.	1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa menggunakan aplikasi belanja *online* ini?	Mahasiswa pengguna aplikasi belanja *online*	Wawancara dan observasi

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan berlokasi di kawasan tempat tinggal mahasiswa Pasar Baru, Kecamatan Pauh, Kota Padang dan Kampus Universitas Andalas yang terletak di daeah perbukitan Limau Manis yang berada di wilayah kecamatan Pauh, Sumatera

Barat. Para mahasiswa Unand datang dari berbagai daerah di seluh Indonesia, sehingga setiap mahasiswa tersebut juga berasal dari latar belakang budaya yang berbeda-beda, dan juga keadaan sosial yang bebeda-beda. Pemilihan mahasiswa di kampus Universitas Andalas di karenakan peneliti melihat saat ini penggunaan aplikasi belanja *online* yang digemari saat ini terutama oleh kalangan mahasiswa.

4. Informan Penelitian

Menurut Afrizal (2014:139) ada dua kategori informan yang harus kita temukan yaitu, informan pengamat dan informan pelaku. Informan pengamat adalah kategori informan yang dapat memberikan kita informasi mengenai sesuatu kejadian, tentang tindakan orang lain ataupun hal lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Kemudian informan pelaku adalah kategori informan yang memberikan informasi dan keterangan mengenai dirinya, perilaku dan tindakannya, pemikiran dan pengetahuannya, interpretasinya(makna) yang diberikannya. Infoman pelaku adalah subjek dari penelitian iu sendiri.

Informan penelitian yang peneliti pilih pada kategori informan pelaku dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Andalas yang sudah menggunakan aplikasi belanja *online* dari awal masuk kuliah dan sampai saat ini masih menggunakannya. Peneliti memilih mahasiswa Universitas Andalas sebagai informan pelaku karena mahasiswa saat ini sering mengakses internet untuk mengerjakan tugas-tugasnya ataupun mencari referensi untuk tugas kuliahnya. Disamping itu mahasiswa juga gemar mengakses situs jejaring sosial di sela waktu senggangnya dan melihat aplikasi belanja *online* tersebut.

Kategori informan pengamat yang peneliti pilih adalah Ibu Kost yang menyediakan jasa kost atau orang tua dari Mahasiswa yang menggunakan aplikasi belanja *online* tersebut. Peneliti memilih Ibu Kost sebagai informan pengamat karena Ibu Kost sendiri menyediakan jasa rumah kost kepada mahasiswa sehingga Ibu Kost memperhatikan anak kost dan memiliki pandangan sendiri terhadap Mahasiswa yang menyewa kost ditempatnya. Peneliti juga memilih orang tua dari mahasiswa yang menggunakan aplikasi belanja *online* sebagai informan pengamat karena orang tua dari mahasiswa itu sendiri tinggal bersama dan bisa memiliki pandangan sendiri terhadap anaknya yang menggunakan aplikasi belanja *online* tersebut. Berikut nama-nama informan yang telah peneliti wawancarai dengan kriteria informan penelitian:

Tabel 1: Informan

No	Informan	Jenis Kelamin	Usia	Status	Status Tempat Tinggal	Kriteria Informan
1	Lina	P	23	Mahasiswa Unand	Rumah Kost	Informan Pelaku
2	Dela	P	23	Mahasiswa Unand	Rumah Kost	Informan Pelaku
3	Tiya	P	23	Mahasiswa Unand	Rumah Kost	Informan Pelaku
4	Gefi	P	23	Mahasiswa Unand	Rumah Kost	Informan Pelaku
5	Yazid	L	24	Mahasiswa Unand	Rumah Kost	Informan Pelaku
6	Rifqi	L	23	Mahasiswa Unand	Rumah Sendiri	Informan Pelaku
7	Ibu Suharni	P	52	Orangtua Lina		Informan Pengamat
8	Ibu Rika	P	45	Ibu Kost		Informan Pengamat

9	Ibu Rismaini	P	60	Ibu Kost		Informan Pengamat

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini diperlukan dua jenis data, yang pertama adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data yang langsung diperoleh peneliti dari lapangan. Data primer dikumpulkan secara khusus untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat diperoleh melalui observasi dan wawancara. Selain itu, data primer dapat diperoleh dari wawancara berupa penjelasan dan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti melalui perantara. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data sekunder dari data-data yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Teknik penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Obeservasi atau pengamatan

Obeservasi yaitu pengamatan secara langsung dimana peneliti melihat, mencatat perilaku atau kejadian di lapangan. Menurut Agrosino dalam Creswell (2015:231) observasi atau pengamatan adalah memperhatikan fenomena di lapangan melalui kelima indra peneliti, sering kali dengan instrumen atau perangkat, dan merekamnya untuk tujuan ilmiah. Pengamatan merupakan salah satu hal penting guna pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. Adapun dengan melakukan observasi peneliti dapat melakukan pengamatan terhadap perilaku pengguna aplikasi belanja *online* sesuai data yang peneliti butuhkan serta mendapatkan hasil yang lebih baik dari suatu penelitian. Pengamatan ini juga dapat

bertujuan untuk melihat secara langsung realitas yang terjadi pada subjek penelitian ataupun realitas lainnya yang terjadi di lokasi penelitian.

b. Wawancara

Metode wawancara adalah suatu teknik guna mengumpulkan informasi dari para anggota masyarakat mengenai suatu masalah khusus melalui teknik bertanya yang bebas, tujuannya adalah untuk memperoleh informasi dan bukannya memperoleh pendapat atau respon. Oleh karena itu orang yang memberikan data tersebut disebut informan (Danim, 2002: 129).

Wawancara dalam suatu penelitian yang bertujuan mengumpulkan keterangan tentang kehidupan manusia dalam suatu masyarakat serta pendirian-pendirian mereka itu, merupakan suatu pembantu utama dari metode observasi (Koentjaraningrat, 1997:129).

Taylor mengungkapkan bahwa pewawancara dan informan perlu melakukan wawancara mendalam secara berulang karena pewawancara perlu menggali informasi dari informan. Pengulangan mengacu pada menanyakan hal yang berbeda kepada informan yang sama, tujuannya adalah untuk memperjelas informasi yang diperoleh dalam wawancara sebelumnya atau untuk mengeksplorasi apa yang terjadi dalam wawancara sebelumnya dengan informan (dalam Afrizal, 2015:136).

Dengan wawancara mendalam diharapkan bahwa data yang diberikan informan benar-benar sesuai dengan kenyataan yang terjadi pada mahasiswa pengguna aplikasi belanja *online*. Di mana data yang diharapkan oleh peneliti

adalah data yang detail dan valid sesuai dengan kenyataan sehingga dapat dipertanggungjawabkan.

c. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah memaknai bahan materi dari berbagai literatur yang isinya berkaitan dengan pokok permasalahan yang diteliti, studi kepustakaan bertujuan untuk mendapatkan sumber data sekunder yang dapat mendukung penelitian sekaligus untuk mengetahui aspek-aspek penting yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti sehingga penelitian menjadi lebih fokus (Nazir, 111-112 dalam Lasmi, 2011). Studi kepustakaan juga dapat digunakan sebagai sumber pendukung untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi obyek penelitian ini peneliti peroleh dari berbagai sumber, seperti buku, skripsi, tesis, artikel, dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

d. Dokumentasi

Selama penelitian, peneliti menggunakan alat tulis seperti buku dan pulpen untuk merekam hasil wawancara dengan informan, selain itu peneliti juga menggunakan alat perekam *handphone* dan merekamnya. Peneliti juga mengambil dokumentasi dalam bentuk foto dan video yang diperoleh selama observasi dan wawancara di lokasi penelitian tersebut yang berhubungan dengan hal apa saja yang peneliti yakini mendukung dan memperkaya data yang diperoleh peneliti.

6. Analisis Data

Analisis data adalah proses menafsirkan dan menjelaskan data-data yang terkumpul sehingga membentuk sebuah deskripsi yang bisa dipahami oleh para pembaca (Meleong, 1989 : 2009). Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yaitu, hasil wawancara, hasil pengamatan yang sudah dituliskan dalam bentuk catatan lapangan, dokumen oribadi, dokumen resmi, gambar foto dan lain sebagainya. Seperti analisis data menurut Creswell (2015) sebagai berikut:

> *"Analisis data dalam penelitian kualitatif dimulai dengan menyiapkan dan mengorganisasikan data untuk dianlisa, kemudia mereduksi data tersebut menjadi tema melalui proses pengkodean dan peringkasan kode, dan terakhir yaitu menyajikan data dalam bentuk bagan, tabel, atau pembahasan" (Creswell, 2015 : 251)*

Data-data yang peneliti kumpulkan termasuk juga catatan lapangan dikelompokkan berdasarkan aktivitas khusus yang ada dan diteliti. Setelah dari pengelompokkan data tersebut, diabstraksikan dan dikaitkan satu dengan lainnya sebagau satu kesatuan kejadian dan fakta yang terintegrasi. Dari abstraksi tersebut akan tampak pranata sosial yang berlaku di wilayah atau komuniti tersebut.

Mengumpulkan hasil data yang diperoleh berupa catatan lapangan dan data bekas, kemudian mengklasifikasikan dan mengelompokkannya sesuai tema dan masalah penelitian. Untuk menganalisisnya, penulis menggunakan kerangka konseptual yang ditulis pada bagian sebelumnya. Oleh karena itu, data dan kerangka konseptual dapat menjawab semua pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah.

Langkah-langkah melakukan analisis data :

1. *Display data*, yakni menyajikan data-data yang telah diperoleh dilapangan dala bentuk uraian atau laporan terperinci oleh peneliti.
2. *Reduksi data*, peneliti memotong data-data yang tidak perlu, laporan yang diambil berupa laporan pokok saja.
3. *Verifikasi data*, diawali dengan mencari makna pada setiap kata yang telah dikumpulkan, kemudian peneliti menyimpulkannya untuk menjawab tujuan dari penelitian.

Analisis data terkait penelitian ini, setelah mendapatkan data di lapangan, kemudian penliti menganalisis data dengan menggabungkan hasil seluruh data dan kemudian mendeskripsikannya terkait dengan perilaku mahasiswa pengguna aplikasi belanja *online* di kalangan mahasiswa Universitas Andalas. Lalu data tersbut disajikan dalam bentuk laporan. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yakni menggali dan menjelaskan realita yang ada di lapangan.

7. Proses Jalannya Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini dalam tiga tahap, yaitu pertama tahap pra penelitian, kedua tahap di lapangan dan terakhir tahap pasca atau setelah penelitian di lapangan. Pada tahapan awal, yaitu tahap pra penelitian, peneliti terlebih dahulu menyusun rencana atau merancang penelitian yang mana berupa proposal penelitian. Lalu peneliti memulai menyusun proposal penelitian pada bulan Maret 2020, diiringi dengan bimbingan yang diberikan oleh dosen pembimbing I dan pembimbing II.

Setelah melakukan bimbingan proposal selama kurang lebih tujuh bulan akhirnya pada bulan Oktober 2020 proposal ini disetujui oleh kedua dosen pembimbing dan diteruskan dengan Ujian Seminar Proposal pada tanggal 21 Oktober 2020. Setelah peneliti dinyatakan lulus dalam Ujian Seminar Proposal, selanjutnya peneliti merevisi Bab 1 karena ada perbaikan dari penguji dalam Seminar Ujian Proposal. Setelah selesai melakukan revisi Bab 1, peneliti kemudian mengumpulkan data sekunder berupa data mengenai letak geografis dan gambaran umum lokasi penelitian. Setelah data terkumpul maka peneliti melanjutkan pengolahan data dan langsung mengerjakan pada bab II.

Selanjutnya peneliti mulai melakukan wawacara kepada informan yang sudah peneliti tentukan. Karena disaat pandemi covid 19, peneliti sebelumnya terlebih dahulu menghubungi informan yang ingin diwawancarai, apakah bisa bertemu secara langsung dikampus atau di rumah kost mereka, karena ada beberapa informan yang tidak bisa ditemui di kampus Universitas Andalas. Dikarenakan pandemi covid 19 yang melanda maka tentunya peneliti harus mematuhi protokol kesehatan dengan baik dan tidak terlalu melakukan kontak fisik dengan informan.

Tahap selanjutnya dimana peneliti mewawancarai beberapa informan, peneliti tidak selalu kemudahan-kemudahan yang peneliti dapatkan, peneliti juga mengalami kendala. Dimana peneliti tidak bisa dengan cepat bertemu dengan informan, karena kondisi pandemi saat ini. Dimana keadaan kampus tidak seperti biasa karena, karena kuliah saat ini dikatakan daring oleh pihak kampus. Tetapi selain itu, terkadang masih ada beberapa mahasiswa Unand yang masih pergi ke kampus terutama mahasiswa akhir yang sedang menyelesaikan studinya. Jadi

peneliti harus menghubungi satu persatu mahasiswa yang akan menjadi informan peneliti dan bersedia bertemu dengan peneliti. Selain peneliti bertemu dengan informan di kampus Unand, peneliti juga mendapati informan mahasiswa yang mau bertemu ditemui secara langsung di rumah kostnya, dikarenakan sedang pandemi covid 19 ini peneliti juga tidak berlama-lama untuk mewawancarai informan mahasiswa yang ditemui langsung di rumah kostnya. Pada bulan November peneliti mulai melakukan penelitian dan melakukan proses wawancara pada beberapa mahasiswa hingga selesai. Setelah semua data yang diperlukan dalam penelitian skripsi ini terkumpul, maka peneliti mulai melanjutkan mengolah data yang di dapatkan peneliti di lapangan ke dalam bentuk tulisan yang kemudian diharapkan dapat menjadi sebuah skripsi, lalu setelahnya dapat diujikan guna memperoleh gelar Sarjana Sosial.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA