

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini teknologi informasi dan komunikasi sudah sangat maju dan berkembang. Begitu pula yang terjadi pada masyarakat Indonesia saat ini, dimana teknologi informasi dan komunikasi sangat berperan dalam kehidupan masyarakat. Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang menumbuhkan berbagai pengaruh bagi penggunanya, hal itu memunculkan berbagai macam kelebihan dan kekurangan. Perubahan di bidang teknologi informasi dan komunikasi terutama internet yang sudah mengglobal membawa dampak perubahan yang signifikan dalam kehidupan masyarakat. Dampak positif maupun negatif yang muncul karena penggunaan internet dilihat dari pengguna internet itu sendiri. Internet memiliki banyak fasilitas yang ditawarkan, mulai dari media sosial, edukasi, ekonomi dan lain sebagainya.

Teknologi informasi adalah sebuah dunia yang selalu dinamis dan mudah berubah, yang sekarang menjadi *trend* belum tentu menjadi *trend* pada tahun berikutnya. Perubahan yang pesat dalam dunia teknologi informasi turut membawa pengaruh yang besar pada bidang-bidang yang diimplementasikan, termasuk dunia bisnis. Internet merupakan salah satu produk dari teknologi informasi yang memberikan kemudahan bagi seseorang untuk melakukan sebuah komunikasi tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Mengingat internet bukan hal yang asing lagi bagi masyarakat, tidak menutup kemungkinan sebagian masyarakat menggunakan internet. Toko maya atau *online shop* lebih bisa menekan biaya distribusi, selain itu dengan menggunakan e-mail atau chatting, komunikasi dan pengiriman pesan lebih cepat dan murah. (Andi, 2011)

Dewasa ini, di jaman yang modern dan di jaman digital seperti sekarang ini, dimana internet sedang maju dengan pesat pesatnya, bahkan sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian penduduk di dunia. Hal ini juga memberikan dampak pada pola hidup manusia sekarang ini, termasuk dalam interaksi jual belinya. Saat ini, toko *online* semakin diminati karena banyaknya masyarakat yang sudah familiar dengan teknologi gadget dan internet. Semakin mudahnya masyarakat

mengakses internet, merupakan sebuah peluang bisnis yang dapat dimanfaatkan untuk transaksi jual beli *online*. Pengguna internet tinggal mencari menggunakan keyword di mesin pencari untuk menemukan beragam produk yang ingin dibeli (Wahana komputer, 2014).

Di Indonesia saat ini semakin marak orang berjualan melalui sistem *online*. Mulai dari *online shopping* melalui *website*, *social media* hingga *smart phone*. Meskipun di Indonesia jumlah transaksi bisnis *online* tidak pernah didata secara komperhensif, nilai itu diyakini juga terus bertambah. Menurut data yang dirilis oleh MarkPlus Insight dalam majalah Marketeer, pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 55 juta orang pada tahun 2011, dimana penetrasi mobile internet di Indonesia ada di angka 57% (Astono, 2012).

Kemajuan zaman memicu perkembangan teknologi internet dan gadget yang semakin canggih dengan harga terjangkau. Bisnis *online* yang didukung teknologi internet menjadi salah satu alternatif menambah pundi pundi uang. Pada awalnya, kebanyakan orang memandang bisnis *online* sebagai bisnis coba coba. Bila dipikirkan dengan lebih luas, bisnis *online* dapat menjadi sumber penghasilan yang menggiurkan (Wahana komputer, 2014). Toko *online* memberikan kemudahan pada pihak penjual maupun pembeli. Berbelanja dengan sistem *online* tidak membutuhkan biaya yang terlalu besar, misalnya saja dengan berjualan *online* si penjual sudah mengurangi biaya sewa tempat dan gaji karyawan untuk usahanya. Kemudahan juga di dapat oleh pembeli, seperti misalnya kemudahan cara membayar melalui transfer antar bank dan kemudahan ini juga dapat dirasakan bagi para pekerja yang sibuk karena mereka akan dengan mudah berbelanja tanpa harus repot ke tempat perbelanjaan. *Online shopping* memudahkan semua orang untuk mencari sesuatu barang dengan harga yang biasanya relatif murah dibandingkan kita mencari ke suatu toko. Di internet saat ini banyak sekali layanan yang menawarkan buka toko *online* gratis tanpa repot bahkan tanpa biaya sama sekali, toko *online* tersebut juga saat ini mulai diminati diantaranya ada Multiply, Tokopedia, Tokobagus, Berniaga, dan sebagainya (Astono 2012) . Salah satu contohnya yaitu Bukalapak, Bukalapak merupakan salah satu pasar *online* yang tengah naik daun saat ini, menyediakan berbagai fitur yang memudahkan para pelapak menjajakan produknya. Selain mudah, pasar

online yang satu ini juga murah, aman, dan nyaman. Pasar *online* ini didirikan oleh seorang pemuda bernama Achmad Zaky, nilai transaksi yang ada pada situs ini per harinya kurang lebih 2-5 miliar rupiah, dan dalam jangka setahun setelah didirikan bukalapak bisa Break Event Point (BEP) alias balik modal (Magdalena, 2015).

Pada era global saat ini *online shop* merupakan hal yang sudah wajar dan dianggap biasa oleh sebagian masyarakat. *Online shop* bagi sebagian masyarakat dianggap memberikan kemudahan dalam bertransaksi jual beli, karena lebih praktis dibandingkan dengan transaksi jual beli dipasar atau secara langsung. *Online shop* bagi sebagian mahasiswa juga lebih dipilih, disamping untuk berbelanja kebutuhan mulai dari pakaian, buku dan barang-barang lainnya, juga dijadikan mahasiswa untuk mencari pendapatan tambahan dengan cara berjualan secara *online shop*. Salah satu manfaat internet seperti *online shop* saat ini sedang menjamur dikalangan mahasiswa, tidak seperti sebelumnya yang hanya memanfaatkan internet untuk mencari informasi tentang edukasi dan semua yang berhubungan dengan perkuliahan. Berbisnis melalui *Online shop* ini dilakukan sebagai upaya untuk mencari pendapatan tambahan selain dari uang saku ataupun uang yang diperoleh dari beasiswa.

Kemudahan yang diberikan oleh *Online shop* menjadikannya sebagai alternatif bisnis mahasiswa. Kemajuan *social media* membuat bisnis ini makin menjamur. Aneka barang bisa dijual melalui *online shop*, seperti baju, sepatu, tas, aksesoris, atau barang seken. Tak hanya lewat *facebook* dan *blacberry messenger* namun *social media* lain terkadang juga digunakan. Penggunaan internet sebagai media *online shop* dapat menimbulkan sebuah perubahan pada mahasiswa, perubahan itu dapat menjurus ke arah positif maupun negatif. Seperti sebelumnya yang kita ketahui bahwa teknologi informasi dan komunikasi khususnya internet memiliki dampak positif maupun negatif. Karena internet merupakan sebuah wadah dimana berbagai macam orang dengan berbagai karakter, mereka dapat berkumpul dan berkomunikasi tanpa terhalang jarak dan waktu.

Bisnis *online shop* ini cukup besar digemari oleh kalangan mahasiswa, disamping penawaran yang mudah yaitu hanya melalui media sosial, bisnis *online shop* juga tidak memerlukan toko untuk menawarkan barang dagangan. Barang

yang akan dijual bisa disimpan di tempat kost maupun kontrakan seorang mahasiswa yang melakukan bisnis *online shop*. Melakukan bisnis *online shop* juga bisa menjadi *reseller* ataupun *dropshiper*. Mahasiswa yang ingin melakukan bisnis *online shop* juga tidak harus memiliki *stock* atau persediaan barang dagangan di kost, namun juga bisa menjadi seorang *dropshiper* dari pebisnis *online shop* atau *supplier* yang lain.

Fenomena *online shop* sebagai media bisnis alternatif untuk menambah uang tambahan yang dilakukan oleh sebagian mahasiswa juga terjadi pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Hal ini ditunjukkan dari beberapa mahasiswa yang memanfaatkan media sosial untuk melakukan bisnis *online shop*. *Online shop* yang sebelumnya belum banyak dilakukan oleh kalangan mahasiswa, saat ini sudah menjadi hal yang umum. Terdapat sebuah perubahan signifikan yang terjadi pada media bisnis yang dilakukan oleh mahasiswa, sebelumnya para mahasiswa yang berdagang secara langsung, ataupun menawarkan barang dagangannya dari mulut kemulut, sekarang sudah mulai menggunakan media sosial untuk menawarkan barang dagangannya. Berdasarkan observasi sebelumnya yang dilakukan peneliti, terdapat salah satu mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura yang menjalani bisnis *online shop*. Eko Santoso Bakti seorang mahasiswa semester 7 ilmu kelautan ini sudah lebih dari dua tahun melakukan bisnis *online shop*, bisnis yang dilakukannya yaitu menjadi *reseller* dan *dropshiper* produk fashion seperti sepatu, baju dan celana. Omset yang didapatkannya per minggu sekitar Rp.150.000-Rp.400.000.

Melakukan bisnis *online shop* juga memiliki resiko seperti halnya seorang pebisnis pada umumnya. Berjualan melalui media *online* pastinya tidak seperti berjualan secara tatap muka. Seorang pembeli tidak tahu pasti bagaimana keadaan dan kualitas barang yang ditawarkan, terkadang sebagai seorang pembeli juga memiliki rasa keraguan akan barang yang akan dibeli melalui media *online*. Kebanyakan calon pembeli dari sebuah toko *online* merasa kurang nyaman dan aman ketika pertama kali melakukan keputusan bisnis atau melakukan pembelian secara *online*. Ketidaknyamanan ini disebabkan semakin besar keputusan bisnis yang dilakukan maka semakin besar pula resikonya (Pambudi Putra, 2013). Bisnis *online shop* yang dilakukan tanpa tatap muka tersebut terkadang juga rawan akan

sebuah tindak penipuan, karena seorang pembeli tidak tahu siapa penjualnya secara langsung dan bagaimana barang yang diperdagangkan, sehingga pembeli terkadang memiliki rasa ragu untuk membeli barang melalui media *online*. Hal tersebut terkadang menjadi sebuah kendala yang dihadapi mahasiswa untuk melakukan bisnis *online shop*, namun yang terjadi masih cukup banyak mahasiswa yang melakukan bisnis *online shop* meskipun masih banyak alternatif lain untuk mendapatkan penghasilan tambahan, seperti halnya berjualan secara langsung ataupun pekerjaan lainnya untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Hal tersebut yang akan menjadi kajian pada penelitian ini yang berfokus pada permasalahan yaitu Fenomena Bisnis *Online shop* Pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas terdapat pokok permasalahan yang akan peneliti cari tahu jawabannya, yaitu :

1. Bagaimana fenomena bisnis *online shop* pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura?
2. Mengapa bisnis *online shop* lebih dipilih oleh mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura sebagai cara untuk mendapat penghasilan tambahan ?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu jawaban dari fokus permasalahan yang telah dijelaskan di atas. Beberapa tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana fenomena bisnis *online shop* pada mahasiswa universitas trunojoyo madura.
2. Untuk mengetahui penyebab *bisnis online shop* lebih dipilih oleh mahasiswa universitas trunojoyo sebagai cara untuk mendapatkan penghasilan tambahan.

1.4 Manfaat

1.4.1 Teoritis

Manfaat teoritis yang diperoleh dari penelitian ini yaitu :

1. Sebagai pengembangan terhadap teori-teori sosial yang lebih aplikatif sehingga penulis sebagai mahasiswa sosiologi dapat memahami teori-teori sosial lebih komprehensif.
2. Sebagai sumbangsih pemikiran dan penulisan peneliti dalam menyelesaikan problem sosial masyarakat.
3. Sebagai salah satu bentuk tanggung jawab peneliti dalam menjunjung tinggi Tri Dharma Perguruan Tinggi, dalam hal ini adalah sebuah penelitian.

1.4.2 Praktis

Manfaat praktis yang diperoleh dari penelitian ini yaitu :

1. Dapat dijadikan bahan pertimbangan dan data dalam menganalisis fenomena *bisnis online shop* pada mahasiswa.
2. Dapat dijadikan sebagai salah satu bentuk partisipasi perguruan tinggi Universitas Trunojoyo Madura untuk ikut andil dalam memecahkan masalah sosial yang ada dilingkungan masyarakat.
3. Dapat dijadikan sebagai data lembaga kenegaraan untuk mengetahui fenomena *bisnis online shop* pada mahasiswa, sehingga kedepan dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh semua pihak khususnya pemerintah.