

**DAMPAK PENGGUNAAN INTERNET TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT DESA KAPONAN
MLARAK PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

Aynahazakiya

401180165

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

**DAMPAK PENGGUNAAN INTERNET TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT DESA KAPONAN
MLARAK PONOROGO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Strata Satu (S-1)



Oleh:

Aynahazakiya
401180165

Pembimbing:

Dr. Aji Damanuri, M.E.I
NIP. 19750602200121003

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2023**

PONOROGO

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aynahazakiya

Nim : 401180165

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwasannya skripsi yang berjudul :

DAMPAK PENGGUNAAN INTERNET TERHADAP PERILAKU
EKONOMI MASYARAKAT DESA KAPONAN.

Seluruh hasil penelitian ini adalah karya saya sendiri, kecuali pada bagian
tertentu yang harus dilakukan rujukan pada sumbernya.

Ponorogo 5 Oktober 2023

Pembuat Pernyataan


Aynahazakiya

NIM 401180165





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenaragan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Dampak Penggunaan Internet Terhadap Perilaku Konsumen
Masyarakat Desa Kaponan Mlarak Ponorogo
Nama : Aynahazakiya
NIM : 401180165
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang
Unun Roudlotul Janah, M.Ag.
NIP. 197507162005012004
Penguji I
Muchtim Humaidi, M.IRKH.
NIP. 2027068103
Penguji II
Dr. Aji Damanuri, M.E.I.
NIP. 197506022002121003

:
(.....)
:
(.....)
:
(.....)

Ponorogo, 12 Oktober 2023

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Dr. H. Lutfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

P O N O R O G O

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aynahazakiya
NIM : 401180165
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Dampak Penggunaan Internet Terhadap Perilaku Konsumen Masyarakat
Desa Kaponan Mlarak Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 13 November 2023

Penulis

Jahiya
Aynahazakiya



ABSTRAK

Aynahazakiya. Dampak Penggunaan Internet Terhadap Perilaku Konsumen Masyarakat Desa Kaponan Mlarak Ponorogo *Skripsi*. 2023. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institute Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing : Dr. Aji Damanuri, M.E.I

Kata kunci/ keyword : Internet, Dampak, Perilaku Konsumen.

Internet mempunyai peran penting di dalam kehidupan masyarakat saat ini. Internet memiliki dampak positif dan juga negatif tergantung penggunaannya. Masalah yang dibahas didalam skripsi ini adalah mengenai dampak penggunaan internet terhadap perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan Mlarak Ponorogo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Bagaimana gambaran penggunaan internet masyarakat Desa Kaponan 2) Bagaimana perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan, 3) Bagaimana dampak penggunaan internet terhadap perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif secara dengan objek penelitian masyarakat Desa Kaponan yang menggunakan internet dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Observasi, Kuesioner, Wawancara, dan Dokumentasi. Dengan menggunakan teknis analisis data secara deskriptif analisis yaitu dengan cara memunculkan data - data yang diperlukan dala penelitian ini

Hasilnya adalah penggunaan internet oleh masyarakat Desa Kaponan adalah sebagian besar untuk membuka sosmed, berbelanja di e-commers, e-bank serta media hiburan seperti game online. Perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan sendiri lebih banyak yang irasional dibandingkan rasional. Dampak penggunaan internet sendiri terhadap perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan adalah meningkatkan perilaku konsumtif masyarakatnya yang dimana membeli barang tidak sesuai kebutuhan atau bisa dikatakan boros.





MOTTO

إِنَّهُمْ كَانُوا قَبْلَ ذَلِكَ مُتْرَفِينَ • وَكَانُوا يُصِرُّونَ عَلَى الْحِنثِ الْعَظِيمِ

Artinya : *Sesungguhnya mereka sebelumnya hidup bermewah-mewah. Dan mereka terus menerus mengerjakan dosa besar. (Qs.Al-Waqi'ah:45-46)*

PERSEMBAHAN

Dengan selalu mengucapkan rasa syukur atas segala limpahan kenikmatan, Serta perlindungan-Nya yang senantiasa menaungi kita di setiap hembusan nafas dan langkah kaki ini. Maka dengan penuh ketulusan hati dan kasih sayang, kupersembahkan karya sederhanaku ini kepada :

1. Keluarga, kakak-kakakku Fendi Cahyo Handoko dan Muhammad Alfi fajri yang selalu menjadi penyemangat penulis dalam hal apapun , terutama kepada Ayahku sarni dan Ibuku Jumini tercinta yang telah senantiasa merawatku dan melindungiku tanpa ada kata lelah, letih dan bosan, mengajarku tentang arti sebuah kehidupan, dan selalu mengingatkanku di setiap waktu untuk tidak menyerah dalam menggapai semua cita-cita dan harapanku, hingga saat ini dapat menghantarkanku menyelesaikan pendidikan di IAIN PONOROGO, semoga Allah SWT selalu memuliakan mereka di dunia dan Akhirat.
2. Kepada seluruh teman--temanku yang selalu menemaniku, membantuku baik itu dari segi pemikiran ataupun tenaga, serta tak lelah memberikan semangat motivasi kepadaku.
3. Kepada seluruh informan, saya berterimakasih sebanyak banyaknya atas ketersediaannya memberikan pernyataan yang saya butuhkan untuk penelitian ini .

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, dengan segala limpahan nikmat dan rahmatnya, penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul Dampak Penggunaan Internet Terhadap Perilaku Konsumen Masyarakat Desa Kaponan Mlarak Ponorogo dengan lancar. Dapat disadari bahwa selama penyusunan skripsi ini masih banyak sekali kendala, akan tetapi berkat bantuan, bimbingan, serta kerjasama dari beberapa pihak terkait, seluruh kendala-kendala tersebut dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan penuh keikhlasan hati, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Hj. Evi Muafiah, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Ponorogo yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti menimba ilmu di kampus tercinta.
2. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag. selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo yang telah membantu melancarkan proses pendidikan peneliti selama di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam hingga menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah .Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo beserta jajarannya.
4. Dr. Aji Damanuri, M.E.I. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya dengan sabar sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh masyarakat Desa kaponan yang telah berkenan membantu peneliti dalam proses penelitian.

6. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan sumbangsih bantuan kepada penulis dalam proses penelitian ini.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga masih terdapat banyak kekurangan. Demikian, diharapkan kritik dan juga saran untuk memperbaiki kesalahan yang ada. Dapat diharapkan bahwa, skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak dan semoga segala bantuan, bimbingan, dan motivasi tergantikan dengan pahala dari Allah SWT.

Ponorogo, 19 Oktober 2023

Peneliti

Aynahazakiya

401180165

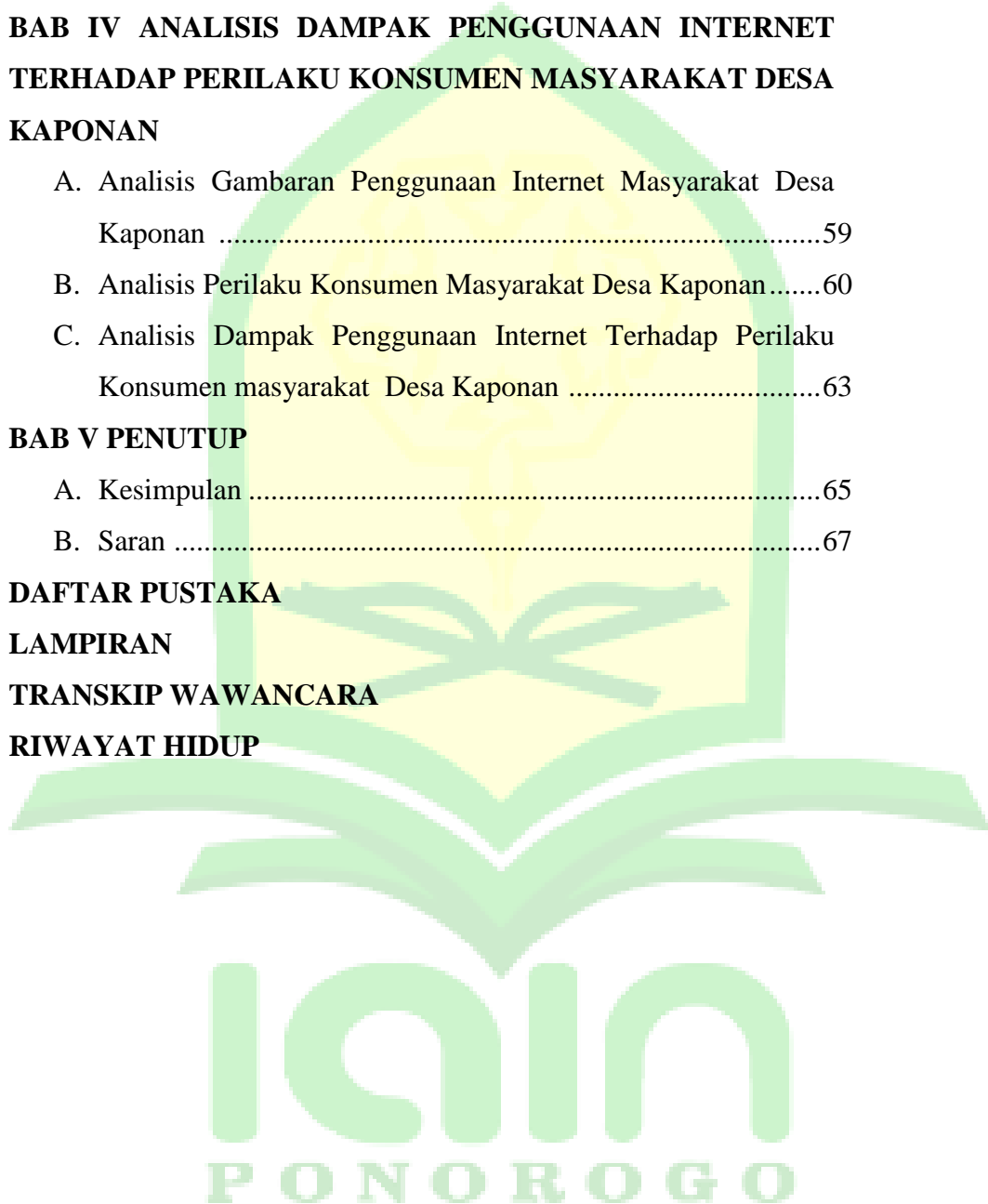


IAIN
PONOROGO

DAFTAR ISI

COVER	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Studi Penelitian Terdahulu.....	10
F. Metode Penelitian.....	17
1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	17
2. Lokasi Penelitian.....	18
3. Data Dan Sumber Data.....	19
4. Teknik Pengumpulan Data.....	20
5. Teknik Pengolahan Data	21
6. Teknik Analisi Data	22
7. Sistematika Pembahasan	23
BAB II PENGGUNAAN INTERNET DAN PERILAKU KONSUMEN	
A. Perilaku Konsumen	25
B. Internet	34
BAB III DAMPAK PENGGUNAAN INTERNET TERHADAP PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT DESA KAPONAN	
A. Profil Desa Kaponan	46

B. Gambaran Penggunaan Internet Masyarakat Desa Kaponan .	46
C. Perilaku Konsumen Masyarakat Desa Kaponan	49
D. Dampak Penggunaan Internet Terhadap Perilaku Konsumen Masyarakat Desa Kaponan.....	54
BAB IV ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN INTERNET TERHADAP PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT DESA KAPONAN	
A. Analisis Gambaran Penggunaan Internet Masyarakat Desa Kaponan	59
B. Analisis Perilaku Konsumen Masyarakat Desa Kaponan	60
C. Analisis Dampak Penggunaan Internet Terhadap Perilaku Konsumen masyarakat Desa Kaponan	63
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	65
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
TRANSKIP WAWANCARA	
RIWAYAT HIDUP	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia termasuk negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Menurut laporan We Are Social, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Tanah Air per Januari 2022. Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), ada 210,03 juta pengguna internet di dalam negeri pada periode 2021-2022.¹

Jumlah itu meningkat 6,78% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebesar 196,7 juta orang. Hal itu pun membuat tingkat penetrasi internet di Indonesia menjadi sebesar 77,02%. Melihat usianya, tingkat penetrasi internet paling tinggi di kelompok usia 13-18 tahun, yakni 99,16%. Posisi kedua ditempat oleh kelompok usia 19-34 tahun dengan tingkat penetrasi sebesar 98,64%. Tingkat penetrasi internet di rentang usia 35-54 tahun sebesar 87,30%. Sedangkan, tingkat penetrasi internet di kelompok umur 5-12 tahun dan 55 tahun ke atas masing-masing sebesar 62,43% dan 51,73%.

Dengan besarnya pengguna layanan internet pemerintah diharapkan bisa terus mendukung perluasan jangkauan internet ke seluruh pelosok negeri, karena di era digital ini internet dapat membantu

¹ *We Are Social*, 15 Februari 2022.

masyarakat dalam mengakses informasi, baik untuk kepentingan edukasi, bisnis, maupun hiburan.²

Pada zaman modern seperti saat ini, banyak masyarakat sudah tidak asing lagi akan hadirnya internet di mulai dari orang tua, remaja, hingga anak SD pun mengenalnya. Bahkan dengan adanya internet sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat dan kebanyakan sudah menjadi sebagai gaya hidup seseorang.³ Dan dengan hadirnya akan internet memudahkan kita untuk melakukan komunikasi dengan orang lain.

Selain itu internet memudahkan seseorang untuk mendapatkan informasi dengan lebih mudah, bahkan beberapa orang menggunakan fasilitas internet untuk memasarkan barang produksi mereka. Jadi tidak heran jika banyak orang yang menjadikan internet sebagai bagian kehidupan mereka yang penting dan tak terpisahkan. Namun sayangnya penggunaan internet justru terkadang bergeser kepada hal-hal yang negatif, ini harus menjadi perhatian seluruh komponen masyarakat terutama bagi generasi muda, karena bagaimanapun internet tetap dibutuhkan sebagai sarana informasi dan komunikasi yang bersifat global. Namun karena internet memiliki banyak kegunaan, baik secara langsung maupun tidak

²Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Laporan Tahunan 2020.

³ Aji Supriyanto, *Pengantar Teknologi Informasi* (Jakarta: Salemba Infotek. 2005), 64.

langsung internet mempunyai dampak bagi masyarakat, baik itu berdampak positif ataupun negatif.⁴

Dampaknya pun tidak terbatas terhadap kalangan tertentu saja, akan tetapi telah meluas ke semua kalangan baik kalangan terpelajar maupun bukan kalangan terpelajar. Tak hanya berdampak pada satu bidang saja, internet juga memiliki dampak di berbagai bidang kehidupan yaitu ekonomi. Adapun beberapa dampak positif penggunaan internet dibidang ekonomi, diantaranya :⁵

1. Produktifitas dunia industri semakin meningkat. Kemajuan teknologi akan meningkatkan kemampuan produktivitas dunia industri baik dari aspek teknologi industri maupun pada aspek jenis produksi.
2. Pertumbuhan ekonomi akan semakin tinggi
3. Persaingan dalam dunia kerja sehingga menuntut pekerja untuk selalu menambah skill dan pengetahuan yang dimiliki.
4. Semakin maraknya penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi akan semakin membuka lapangan pekerjaan baru.
5. Dengan fasilitas pemasangan iklan di internet pada situs-situs tertentu akan mempermudah kegiatan promosi dan pemasaran suatu produk.
6. Perusahaan dapat menjangkau pasar lebih luas, karena pembeli yang mengakses internet tidak dibatasi tempat dan waktu.

⁴ Ardila Djunu “PEMANFAATAN FITUR INTERNET PADA SMARTPHONE OLEH MASYARAKAT (Studi Pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Kelurahan Tidore Kecamatan Tahunan Timur)” e-journal Acta Diurna Volume V. No. 5. (2016).

⁵ Muhammad Fitri Rahmadana, Ekonomi Digital (Bali: Nilacakra, 2021), 17.

7. Perusahaan tidak perlu membuka cabang distribusi. Pengeluaran lebih sedikit, karena pegawai tidak banyak menjadikan harga barang lebih murah, karena biaya operasionalnya murah.
8. Bisnis yang berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) atau yang biasa disebut *e-commerce* dapat mempermudah transaksi-transaksi bisnis suatu perusahaan atau perorangan (UMKM).
9. Pemanfaatan internet untuk membuat layanan baru dalam perbankan seperti internet banking dan mobile banking.

Seperti didalam penelitian yang sudah dilakukan Yolanda Gilang Arya Pradipta di Di Desa Kembangan Baki Sukoharjo yang memanfaatkan internet sebagai media promosi UMKM yang dimiliki lewat media sosial IG, WA dan FB. Adanya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang menggunakan internet sebagai media promosi merupakan bentuk baru dalam pengembangan dan pemanfaatan internet dalam sektor penjualan produk UMKM. Internet digunakan sebagai media promosi dikarenakan lebih menguntungkan dari beberapa media lain. Salah satu UMKM yang menggunakan dan memanfaatkan internet sebagai media promosi adalah UMKM Harmoni yang berada di Desa Kembangan, Kecamatan Baki, Kabupaten Sukoharjo. Manfaat tersebut adalah mendapatkan konsumen baru untuk meningkatkan ekonomi.⁶

Direktur Pemberdayaan Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Slamet Santoso menyampaikan, perkembangan

⁶ Yolanda Gilang Arya Pradipta, "Penggunaan Internet Sebagai Media Promosi Umkm Harmoni Di Desa Kembangan Baki Sukoharjo" Skripsi: Universitas Muhammadiyah Surakarta (2018).

teknologi internet yang semakin canggih harus mampu menjangkau segala lapisan masyarakat sampai tingkat desa. Pasalnya, saat ini masih banyak desa yang sulit dijangkau, baik keterjangkauan medan maupun komunikasi.⁷ Ketika internet mulai memasuki desa, hal ini membawa dampak yang signifikan bagi masyarakat di wilayah tersebut. Beberapa dampak positif dari internet yang masuk ke desa antara lain:

1. Akses informasi
2. Peluang bisnis
3. Pendidikan dan pembelajaran

Namun, meskipun internet memberikan banyak manfaat bagi masyarakat di desa, tidak bisa dipungkiri bahwa internet juga menimbulkan beberapa dampak negatif yang perlu diwaspadai. Seperti halnya maraknya konten negatif dan tidak sesuai, seperti pornografi dan kekerasan, serta meningkatnya ketergantungan terhadap teknologi internet yang berlebihan. Oleh karena itu diperlukan upaya untuk mengatasi dampak negatif dari internet di desa dan meningkatkan pemahaman dan penggunaan internet yang aman dan produktif bagi masyarakat desa.⁸

Di Desa Kaponan saat ini sudah banyak masyarakat yang menggunakan berbagai macam media dari handphone hingga menjadikan internet sebagai salah satu usaha pemenuhan kebutuhan akan hiburan dan informasi. Desa Kaponan sendiri adalah sebuah desa kecil yang terletak di perbatasan Kecamatan Siman dan Kecamatan Mlarak yang dimana desa

⁷ PORTAL BERITA Pemerintah Provinsi Jawa Tengah “Internet of Things, Peluang Besar Dukung Pengembangan Ekonomi Digital” dalam <https://jatengprov.go.id/> diakses 12 Juli 2023.

⁸ Febrian J, *Menggunakan Internet* (Bandung: Informatika, 2002), 56.

tersebut dikelilingi hutan jati. Walaupun begitu warga Desa Kaponan telah sadar akan pemanfaatan internet. Jumlah pengguna internet sendiri menurut penyedia jasa wifi ada 25 rumah yang memasang wifi. Dan dari 25 rumah tersebut disetiap rumahnya ada 3 hingga 5 anggota keluarga. Jumlah tersebut belum termasuk dari penyedia jasa wifi lainnya dan dari jumlah tersebut masih belum termasuk pengguna internet yang menggunakan internet dari paket data.⁹

Akan tetapi masih kurangnya pemanfaatan media internet bagi masyarakat desa kaponan, misalnya saja digunakan untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat mengenai usaha atau bahkan untuk berdagang online. Pada wawancara yang dilakukan oleh peneliti sebagai langkah awal untuk mengidentifikasi masalah sekaligus penajajakan awal pada lokasi penelitian. Wawancara ini memperoleh informasi terkait dampak penggunaan internet. Pemanfaatan internet di Desa Kaponan sendiri sudah dilakukan, misalnya saja sudah adanya pemanfaatan internet yang digunakan untuk penjualan online di e-commerce dan ada juga yang memanfaatkan internet untuk membantu pekerjaannya agar lebih mudah dan efisien, hal tersebut telah dilakukan oleh saudari Rina selaku pegawai BUMDES Desa Kaponan, yang dimana disana tersedia layanan jasa transaksi online.¹⁰

Kemudian hal yang sama dilakukan oleh saudari Futiha, warga Desa Kaponan yang berusia 23 tahun ini memanfaatkan internet dengan

⁹ Wasis, Wawancara, 4 Mei 2023.

¹⁰ Rina, Wawancara, 20 Maret 2023.

membuat channel youtube yang sudah ditekuni beberapa tahun terakhir ini. Channel yang dimiliki tersebut mempunyai kurang lebih 4 ribu subscriber. Dan dari hasil penayangan vidio yang ada di chanelnya, saudari Futiha bisa mendapatkan penghasilan yang dapat ditarik setiap mencapai penghasilan 3 juta Rupiah.¹¹ Hal tersebut dapat membantu menambah penghasilan guna memenuhi kebutuhannya.

Akan tetapi walau internet berdampak positif untuk beberapa orang yang menggunakannya secara tepat, jika menggunakannya secara tidak tepat maka akan berdampak negatif. Hal tersebut dialami oleh nisa, diamengungkapkan bahwa merasa bahwa internet menimbulkan positif, akan tetapi di lain sisi internet juga menimbulkan dampak negatifnya untuknya, misalnya saja dengan internet bisa mengetahui hal-hal yang seharusnya tidak tau bahkan kadang tidak terbatas dan juga dengan seringnya melakukan transaksi jual beli online nisa mengeluarkan uang yang lumayan menguras dompet.¹² Bahkan kadang membeli barang yang tidak jelas manfaatnya dalam arti lain perilaku konsumtif meningkat semenjak menggunakan internet. Hal yang sama diungkapkan oleh saudara rama. Rama bahwa merasakan dampak negatif dari penggunaan internet yaitu jika sudah bermain game online maka lupa waktu dan yang dimana waktu yang harusnya digunakan untuk istirahat malah digunakan untuk

¹¹ Futiha, Wawancara, 1 september 2022.

¹² Nisa, Wawancara, 15 Maret 2023.

bermain game online, sehingga ketika waktunya bekerja mengantuk dan juga kurang bersemangat.¹³

Karena adanya fenomena tersebut penelitian bertujuan meneliti fenomena yang hadir di Desa Kaponan untuk menganalisa dampak internet terhadap perilaku ekonomi masyarakat Desa Kaponan dengan judul penelitian **Dampak Penggunaan Internet Terhadap Perilaku Konsumen Masyarakat Desa Kaponan Mlarak Ponorogo.**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran penggunaan internet masyarakat Desa Kaponan?
2. Bagaimana perilaku konsumen masyarakat pengguna internet di Desa Kaponan ?
3. Bagaimana dampak penggunaan internet terhadap perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang yang dijelaskan dan diuraikan diatas maka terdapat tujuan yang menjadi harapan dan orientasi besar dalam pembuatan skripsi kali ini ialah:

1. Untuk mengetahui gambaran penggunaan internet masyarakat Desa Kaponan,
2. Untuk bisa mengetahui bagaimana perilaku konsumen masyarakat pengguna internet di Desa Kaponan

¹³ Rama, Wawancara, 17 Maret 2023.

3. Agar mengetahui apa dampak penggunaan internet terhadap perilaku konsumen masyarakat Desa kaponan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara umum dan kegunaan secara terarah serta baik dalam pengimplementasiannya, yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan, cakrawala pengetahuan dan pengembangan ilmu pengetahuan bagi pembaca mengenai dampak internet terhadap perilaku konsumen.

2. Kegunaan Praktis

Dalam penelitian kali ini diharapkan dapat menjadi bentuk sumbangan pemikiran dan pengetahuan bagi mahasiswa ekonomi terkhusus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan masyarakat Desa Kaponan dalam pemanfaatan internet sebaik mungkin. Kemudian mampu menjadi pendongkrak ilmu pengetahuan bagi pembaca untuk digunakan sebagai arahan pengembangan dan refrensi penelitian selanjutnya.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang digunakan peneliti sebagai dasar dalam penyusunan penelitian ini. Tujuannya adalah untuk mengetahui hasil yang telah ditentukan oleh peneliti terdahulu. Sekaligus sebagai

bahan pertimbangan dan gambaran yang dapat mendukung kegiatan penelitian yang sejenis. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh para peneliti menunjukkan beberapa perbedaan diantaranya:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Henri Subiakto dengan judul Internet untuk pedesaan dan pemanfaatannya bagi masyarakat dengan hasil penelitian Simpulan dari penelitian ini bahwa masih terjadinya digital divide pada masyarakat pengguna TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) di Jawa Timur di mana pengguna laki-laki masih mendominasi dibandingkan dengan pengguna perempuan. Selain itu usia pengguna internet dan inovasi program PLIK dan MPLIK ini adalah anak usia sekolah yakni 15 hingga 24 tahun. Harus diakui bahwa teknologi komunikasi sudah masuk di desa-desa. Sebagian besar masyarakat bahkan 98% masyarakat desa telah memiliki akses terhadap telepon seluler. Namun tidak semua masyarakat desa mengakses internet. Mereka yang terbiasa dengan yang memanfaatkan layanan ini terutama adalah anak sekolah, santri di pondok pesantren dan remaja usia kuliah. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan PLIK dan MPLIK 100% diakses oleh masyarakat tetapi hanya sebagian saja yang mengakses. Program PLIK dan MPLIK telah membuka akses informasi dan komunikasi masyarakat semakin terbuka, mudah dan murah. Namun pemanfaatan masyarakat terhadap fasilitas teknologi komunikasi ini masih belum maksimal, karena minimnya pengetahuan masyarakat khususnya mengenai jaringan internet. Kondisi ini membuat kebijakan pemerintah tentang PLIK dan MPLIK

masih pada tataran “pengadaan” belum sampai pada tingkat pelayanan dan pemanfaatan sebagaimana diharapkan. Meskipun program PLIK dan MPLIK masih belum maksimal, namun program ini dalam banyak hal telah memberikan sejumlah manfaat kepada masyarakat. Selain mempermudah akses komunikasi dan informasi, keberadaan program bagi sebagian masyarakat telah sangat membantu mencari informasi yang berkaitan dengan usaha ekonomi seperti mencari informasi pasar (marketing), meningkatkan jaringan bisnis, mengurangi biaya operasional, meningkatkan pendapatan usaha dan mencari informasi tentang peluang-peluang pengembangan usaha yang lain. Ada kreativitas yang muncul dalam penggunaan internet di pedesaan. Selain itu, program ini, juga telah mengakselerasi layanan-layanan sosial lainnya seperti pendidikan.

Kedua, penelitian yang dilakukan Oviliani Yenty Yuliana Dosen Fakultas Ekonomi, Jurusan Akuntansi dari Universitas Kristen Petra dengan judul Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis. Internet dalam bisnis digunakan untuk pertukaran informasi, katalog produk, media promosi, surat elektronik, bulletin boards, kuesioner elektronik, dan mailing list. Internet juga bisa digunakan untuk berdialog, berdiskusi, dan konsultasi dengan konsumen secara online, sehingga konsumen dapat dilibatkan secara proaktif dan interaktif dalam perancangan, pengembangan, pemasaran, dan penjualan produk. Pemasaran lewat internet ada 2 metode, yaitu push dan pull marketing. Keunggulan strategi bisnis yang dapat diperoleh dari internet adalah komunikasi global dan

interaktif; menyediakan informasi dan pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen; meningkatkan kerja sama; memungkinkan untuk membuka pasar, produk, atau pelayanan baru; serta mengintegrasikan aktivitas secara online. Aplikasi *Electronic Commerce* ada 2, yaitu: *Business to Consumer* dan *Business-to-Business Commerce*. Pembayaran transaksi electronic commerce diatur dalam Sistem Electronic Funds Transfer, sedangkan keamanan datanya diatur oleh Secure Socket Layer yang dikembangkan menjadi Secure Electronic Transaction.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Yolanda Gilang Arya Pradipta dengan judul penelitian Penggunaan Internet Sebagai Media Promosi Umkm Harmoni Di Desa Kembangan Baki Sukoharjo. Adanya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang menggunakan internet sebagai media promosi merupakan bentuk baru dalam pengembangan dan pemanfaatan internet dalam sektor penjualan produk UMKM. Internet digunakan sebagai media promosi dikarenakan lebih menguntungkan dari beberapa media lain. Salah satu UMKM yang menggunakan dan memanfaatkan internet sebagai media promosi adalah UMKM Harmoni yang berada di Desa Kembangan, Kecamatan Baki, Kabupaten Sukoharjo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan penggunaan dan pemanfaatan internet oleh UMKM Harmoni. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Objek dari penelitian ini adalah UMKM Harmoni yang sudah menggunakan internet sebagai media promosi. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara semi terstruktur. Metode analisis

data yang digunakan adalah triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini menunjukkan dalam penggunaan internet sebagai media promosi harus mempunyai prinsip promosi sederhana yaitu tujuan promosi, konsumen, produk dan jasa. Serta memanfaatkan saluran media sosial seperti instagram, facebook, dan aplikasi chatting online whatsapp. Manfaat tersebut adalah mendapatkan konsumen baru untuk meningkatkan ekonomi.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Henri Subiakto dengan judul penelitian Internet untuk pedesaan dan pemanfaatannya bagi masyarakat. Penelitian tersebut menggunakan Metode kuantitatif dan kualitatif digunakan untuk menggambarkan fenomena penggunaan internet di pelosok pedesaan Jawa Timur. Penelitian dilakukan di Kabupaten Lumajang dan Banyuwangi, dengan mengambil 2 kecamatan di masing-masing Kabupaten, sebagai daerah percontohan program desa-desa terpencil di Jawa Timur. Ada 3 (tiga) jenis instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu (i) daftar pertanyaan (kuesioner); (ii) pedoman wawancara mendalam, dan (iii) dokumentasi data sekunder yang diperoleh dari data desa maupun dari pemerintah. Selanjutnya masing-masing responden diwawancara dengan kuesioner terstruktur dan wawancara mendalam. Analisis data kuantitatif menggunakan metode statistik (SPSS), untuk data kualitatif digunakan analisis deskripsi naratif. Hasil penelitian ini menunjukkan terjadinya digital divide pada masyarakat pengguna TIK. Laki-laki lebih mendominasi dibandingkan

dengan pengguna perempuan. Selain itu, usia pengguna internet dan inovasi program juga lebih banyak digunakan anak usia sekolah dan kalangan muda. Program internet masuk desa telah membuka akses informasi dan komunikasi masyarakat dan menjadi sarana belajar mengenal internet. Namun, pemanfaatan masyarakat terhadap fasilitas komunikasi dan informatika ini belum maksimal.

Kelima, penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Delfiantrisno dan Siska Sroyer dengan judul penelitian Analisis Potensi Pemanfaatan Teknologi Internet Dalam Menunjang Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat Kabupaten Mimika. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui potensi pemanfaatan teknologi internet dalam menunjang kehidupan sosial ekonomi masyarakat Kabupaten Mimika. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Instrumen pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini menggunakan teknik angket, studi pustaka dan observasi. Instrumen analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: masyarakat di Kabupaten Mimika berpotensi memanfaatkan teknologi internet untuk menunjang sosial ekonomi masyarakat.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Farah Dilla Wanda Damayanti dan Clarashinta Canggih dengan judul Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopeepay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk

mengungkap dampak ShopeePay Later terhadap perilaku konsumsi Islami masyarakat generasi milenial di Surabaya. Variabel independen adalah kenyamanan, kepercayaan, dan gaya hidup bersama variabel dependen adalah perilaku konsumsi Islami. Perilaku konsumsi Islam diukur dengan tiga prinsip dasar konsumsi Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Sampel penelitian dihitung menggunakan rumus Lemeshow dengan hasil perhitungan 100 responden. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner skala linkert. Data dianalisis dengan analisis regresi berganda menggunakan uji T dan uji F serta uji koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS 24.0. dan hasilnya menunjukkan bahwa Kenyamanan dan kepercayaan berdampak positif pada perilaku konsumsi Islami, sebaliknya gaya hidup memiliki dampak negatif pada perilaku konsumsi Islami.

Ketujuh, penelitian berjudul *E-Commerce* dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro) yang dilakukan oleh Afifah Hidayati, Taufiq Hidayat, dan Rika Pristian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) Bagaimana dampak menggunakan Ecommerce terhadap perilaku konsumsi pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas ilmu pengetahuan sosial IKIP PGRI Bojonegoro. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif secara deskriptif dengan sumber data menggunakan secara sampling purposive yang terdiri dari 120 Responden dan peneliti mengambil sampel 30

mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro yang menggunakan *e-commerce* pada perilaku konsumsi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Observasi, Kuesioner, Wawancara, dan Dokumentasi. Elektronik Commerce (*E-commerce*) merupakan segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik. Media yang digunakan dalam aktivitas *e-commerce* adalah World Wide Web Internet. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa dampak menggunakan *e-commerce* terhadap perilaku konsumsi yang mempunyai dampak positif dan dampak negatif bagi mahasiswa, dampak negatifnya adalah menimbulkan sifat konsumtif yang berlebihan yang menjadikan boros, meningkatkan jumlah konsumsi, kecurangan dalam penipuan, dampak positifnya adalah mempercepat konsumsi, memudahkan para konsumen, mempermudah konsumsi, dan menghemat tenaga dan waktu. Jadi penerapan teknologi menggunakan *e-commerce* adalah salah satu faktor yang sangat penting untuk pola konsumsi mahasiswa.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kualitatif (*qualitative research*) yang bersifat deskriptif yaitu menggambarkan data informasi yang berdasarkan dengan kenyataan atau fakta yang diperoleh di lapangan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran mendalam.

Pendekatan penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menggambarkan secara mendalam fenomena yang diamati, yaitu dampak internet terhadap perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan. Pendekatan ini lebih fokus pada interpretasi data dan makna yang terkandung di dalamnya, daripada hanya sekedar mengukur variabel-variabel yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dalam penelitian kualitatif, peneliti biasanya menggunakan teknik pengumpulan data yang beragam, seperti observasi, wawancara, dan studi dokumen. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis dengan metode yang sistematis dan berulang-ulang, hingga diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diamati. Dalam hal ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan data informasi yang diperoleh dari lapangan, dengan tujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena yang diamati secara lebih rinci dan komprehensif. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi dampak internet terhadap perilaku konsumen masyarakat desa Kaponan.

Dalam kesimpulannya pendekatan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif tentang dampak internet terhadap perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan, yang dapat menjadi

dasar untuk pengembangan kebijakan dan strategi dalam meningkatkan pemanfaatan internet untuk kegiatan ekonomi di wilayah tersebut.

2. Lokasi/Tempat Penelitian

Lokasi penelitian adalah di Desa Kaponan Mlarak Ponorogo. Desa Kaponan mempunyai jumlah penduduk sejumlah 2581 jiwa untuk pengguna internet sendiri 65% dari jumlah penduduk. Dengan alasan tersebut peneliti memilih desa Kaponan untuk melakukan penelitian terkait dengan dampak internet terhadap perilaku ekonomi masyarakat desa Kaponan.

Alasan peneliti memilih lokasi dilandaskan oleh beberapa pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang pertama adalah unsur keterterjangkauan lokasi penelitian oleh peneliti, baik dilihat dari segi tenaga, dana maupun segi efisiensi waktu. Hal yang sangat membantu dalam melaksanakan penelitian di lokasi ini adalah masalah dana. Peneliti tidak dibebani biaya studi lapangan yang lebih besar dibandingkan dengan penelitian ditempat lainnya.

Alasan lainnya adalah Desa Kaponan memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai daerah yang berbasis pada pemanfaatan teknologi dan internet untuk kegiatan ekonomi. Oleh karena itu, peneliti mungkin tertarik untuk mengeksplorasi dan memahami lebih lanjut tentang bagaimana penggunaan internet memberikan dampak terhadap perilaku konsumen masyarakat di Desa Kaponan.

3. Data dan Sumber Data

Data dalam penelitian kualitatif adalah informasi deskriptif yang diperoleh dari penelitian yang bersifat deskriptif dan lebih fokus pada penjelasan dan pemahaman tentang fenomena sosial yang kompleks, seperti pengalaman, persepsi, sikap, dan tindakan manusia. Data dalam penelitian kualitatif dapat berupa transkripsi wawancara, catatan lapangan, dokumen, atau observasi yang dilakukan oleh peneliti. Data yang diambil oleh peneliti untuk penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Data tentang gambaran penggunaan internet di Desa Kaponan
- b. Data tentang perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan
- c. Data tentang dampak penggunaan internet terhadap perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan

sumber data merupakan subjek penelitian yang dijadikan tempat menempelnya data. Sumber dapat berbentuk benda, gerak, manusia, tempat dan sebagainya. Dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer (*primary data*) adalah sumber data yang didapatkan langsung dari sumbernya atau bisa dikatakan tanpa adanya perantara. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara pengguna internet yang ada di Desa Kaponan Mlarak Ponorogo.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah:

- a. Wawancara

Wawancara adalah sebuah metode pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada

seseorang atau sekelompok orang yang memiliki pengetahuan atau pengalaman mengenai topik yang dibahas. Tujuan dari wawancara biasanya adalah untuk mendapatkan informasi yang lebih detail dan mendalam mengenai suatu topik atau masalah yang ingin diketahui. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara 5 warga masyarakat desa Kaponan sebagai responden yang dipilih secara acak yaitu Rina, Futiha, Anis, Rama Dan Nisa.

b. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan penelitian yang cermat dan mencatat secara sistematis. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan di desa Kaponan Mlarak Ponorogo untuk mendapatkan gambaran penggunaan internet dan dampaknya terhadap perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan Mlarak Ponorogo.

5. Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Analisis kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berupa kata-kata yang bukan merupakan angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori atau struktur klasifikasi.

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian yaitu bersifat

deskriptif. Maka analisa data yang digunakan oleh peneliti adalah data deskriptif kualitatif. dimana setelah data yang diperoleh terkumpul, selanjutnya data dikelompokkan sesuai jenis yang telah ditentukan, kemudian penulis menganalisa dengan menggunakan teknik analisa deskriptif kualitatif, yaitu setelah data terkumpul dan dilakukan penganalisaan lalu digambarkan dalam bentuk uraian sehingga diperoleh gambaran umum tentang masalah yang diteliti. Kemudian setelah data yang terkumpul di analisa, maka penulis mendeskripsikan data yang sudah diperoleh menggunakan metode deskriptif analitik, yaitu dengan mengemukakan semua data yang diperlukan apa adanya, lalu dianalisis sehingga dapat disusun menurut kebutuhan yang diperlukan dalam penelitian ini.

Jadi dalam penelitian yang dilakukan peneliti ini dianalisis secara deskriptif analitik, yaitu cara penulisan dengan mengutamakan pengamatan terhadap gejala, peristiwa serta kondisi aktual yang terjadi sesuai di lapangan. Kemudian dirangkum lalu memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dan langkah berikutnya data dianalisis dan ditarik kesimpulan mengenai bagaimana dampak penggunaan internet terhadap perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan Mlarak Ponorogo.

6. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Kriteria yang digunakan dalam pengecekan data atau pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini adalah pengecekan

dengan kriteria kredibilitas. Kredibilitas adalah suatu kriteria untuk memenuhi bahwa data informasi yang dikumpulkan harus mengandung nilai kebenaran, yang berarti bahwa hasil penelitian kualitatif dapat dipercaya oleh pembaca dan dapat diterima oleh responden yang memberikan informasi yang dikumpulkan selama penelitian berlangsung.¹⁴

Dalam pengecekan keabsahan data peneliti menggunakan teknik Triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Triangulasi yang digunakan oleh peneliti ada 3, yaitu:

- a. Triangulasi data yaitu cara membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, data hasil wawancara dengan dokumentasi, data hasil pengamatan dengan dokumentasi. Hasil perbandingan diharapkan dapat menyatukan persepsi atas data yang diperoleh.
- b. Triangulasi metode yaitu mencari data lain tentang sebuah fenomena diperoleh dengan menggunakan metode yang berbeda yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil yang diperoleh dengan menggunakan metode ini dibandingkan dan dapat disimpulkan sehingga memperoleh data yang bisa dipercaya.

¹⁴Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2002), 135.

- c. Triangulasi wawancara yaitu membandingkan kebenaran suatu fenomena berdasarkan data yang diperoleh peneliti, baik dilihat dari dimensi waktu maupun sumber lain.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah serta memahami skripsi ini, maka penulis akan mengelompokkan menjadi 5 bab dan masing-masing bab ini terbagi menjadi beberapa sub bab yaitu semua menjadi satu rangkaian pembahasan yang sistematis berkaitan antara yang satu dengan yang lain.

Adapun sistematika pembahasannya adalah:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini merupakan gambaran umum untuk member pola pemikiran bagi seluruh isi yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini menguraikan mengenai teori-teori yang mendasari tentang topik penelitian yang dilakukan yaitu dampak penggunaan internet terhadap perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan.

Bab III : Gambaran Umum masyarakat desa kaponan

Bab ini meliputi profil dan juga latar belakang masyarakat Desa Kaponan serta analisis dampak penggunaan internet terhadap perilaku konsumen masyarakat desa Kaponan.

Bab IV : Analisis Data

Bab ini akan menguraikan analisis terhadap pokok permasalahan yang telah di deskripsikan yaitu dampak internet terhadap perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan. Masalah yang teliti adalah dampak dari penggunaan internet terhadap perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan.

Bab V : Penutup

Bab ini akan membahas tentang kesimpulan dari hasil yang telah dilakukan dan juga berisi saran yang diharapkan dapat berguna bagi masyarakat Desa Kaponan

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumen

1. Pengertian

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa yang dianggap mampu memuaskan kebutuhan mereka.¹ Mowen dan Minor menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide. Salomon berpendapat bahwa perilaku konsumen mempelajari mengenai segala hal tentang bagaimana proses yang terjadi pada saat konsumen memilih, membeli, menggunakan atau membuang suatu produk jasa, ide, ataupun pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen itu sendiri.² Berdasarkan berbagai uraian tersebut, dapat dipahami bahwa perilaku konsumen adalah perilaku yang ditampilkan oleh konsumen saat mereka mencari, membeli menggunakan, dan menghabiskan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

2. Jenis Perilaku Konsumen

¹ Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 235.

² Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2017), 61.

Jenis perilaku konsumen dapat dibagi ke dalam dua jenis yaitu sebagai berikut:

a. Perilaku Konsumen Rasional

Suatu konsumsi dapat dikatakan rasional jika memenuhi hal-hal berikut:

- 1) Barang tersebut dapat memberikan kegunaan optimal bagi konsumen.
- 2) Barang tersebut benar-benar diperlukan konsumen.
- 3) Mutu barang terjamin.
- 4) Harga sesuai dengan kemampuan.³

b. Perilaku Konsumen tidak Rasional (Irrasional)

Suatu perilaku dalam mengkonsumsi dapat dikatakan tidak rasional jika konsumen tersebut membeli barang tanpa dipikirkan kegunaannya terlebih dahulu. Contohnya yaitu:

- 1) Tertarik dengan promosi atau iklan baik di media cetak maupun elektronik.
- 2) Memiliki merek yang sudah dikenal banyak konsumen.
- 3) Ada bursa obral atau bonus-bonus dan banjir diskon.
- 4) Prestise atau gengsi⁴

Berdasarkan konsep di atas bahwasanya jenis perilaku konsumen dibagi menjadi dua jenis yaitu, perilaku konsumen rasional dan perilaku konsumen irrasional. perilaku konsumen

³ Bambang Widjajanta dkk, *Mengasah Kemampuan Ekonomi* (Bandung: citra praya, 2001), 31.

⁴ Ibid., 34.

rasional yaitu perilaku yang lebih mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum, seperti kebutuhan mendesak, mutu terjamin, dan harga sesuai dengan kebutuhan. Sedangkan perilaku konsumen irrasional yaitu perilaku konsumen yang mudah terbujuk oleh iming-iming diskon, atau strategi marketing lainnya dari suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan dan kepentingan.

3. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Adapun jenis perilaku dibagi menjadi dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.⁵

a. Faktor Internal adalah faktor yang bersumber dari dalam diri si konsumen, diantaranya:

- 1) Motivasi, yaitu kegiatan di dalam diri seseorang yang mendorong keinginannya untuk melakukan aktivitas tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.
- 2) Ekonomi, yaitu keadaan ekonomi atau keuangan seseorang yang mempengaruhi perilakunya dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.
- 3) Sikap, yaitu perilaku atau tanggapan terhadap rangsangan dari lingkungannya yang bisa membimbing atau mengarahkan tindakan orang tersebut.

⁵ Aldila Septiana, *Analisis Perilaku Konsumen: Teori & Praktik dalam Bidang Pemasaran* (Bangkalan: UTM Press, 2015), 74.

b. Faktor Eksternal adalah berbagai faktor yang bersumber dari lingkungan si konsumen, diantaranya:

- 1) Kebudayaan, yaitu segala sesuatu yang berhubungan dengan budi dan akal manusia, yang diwujudkan dalam bentuk simbol dan fakta yang kompleks serta diwariskan secara turun-temurun.
- 2) Kelompok sosial dan kelompok referensi, kelompok sosial yaitu kesatuan sosial tempat individu berinteraksi satu sama lainnya, sedangkan kelompok referensi yaitu kelompok sosial yang menjadi ukuran individu dalam membentuk kepribadian dan tingkah laku.
- 3) Keluarga, yaitu lembaga sosial terkecil yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak-anaknya yang hidup bersama-sama.

Berdasarkan uraian diatas bahwa perilaku di bagi menjadi dua faktor yaitu faktor internal yang merupakan perilaku yang didapat dari dalam diri seorang konsumen. Sedangkan faktor eksternal yaitu perilaku yang didapat dari lingkungan konsumen.⁶

Adapun Faktor-faktor lainnya yang Mempengaruhi Perilaku konsumen Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Berikut ini uraian faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen tersebut:⁷

⁶ Pindyck, R.S. dan D.N. Rubinfeld, *Mikroekonomi (terjemah)*. Edisi Delapan (Jakarta: Erlangga, 2012), 52.

⁷ Engel, J.F, R.D. Blackwell, & P.W. Miniard, *Perilaku Konsumen Jilid 1 dan 2 Edisi Keenam* (Tangerang: Binarupa Aksara, 1995), 92.

a. Faktor Kebudayaan

1) Budaya

Budaya merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya.

2) Subbudaya

Setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya.

Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok rasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.

3) Kelas sosial

Kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai,

minat, dan perilaku yang serupa.⁸ Berdasarkan konsep diatas faktor kebudayaan dibagi menjadi tiga, yaitu budaya, subbudaya dan kelas sosial. Budaya menjadi faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang berdasarkan naluri. Subbudaya memberikan identifikasi dan sosialisasi untuk anggotanya. Dan kelas sosial anggotanya tersusun secara hierarki dan mempunyai nilai dan minat.

b. Faktor Sosial

Perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen. Faktor-faktor ini sangat mempengaruhi tanggapan konsumen. Oleh karena itu, pemasar harus benar-benar memperhitungkannya dalam usahanya menyusun strategi pemasaran. Kelompok perilaku seorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil. Kelompok yang berpengaruh langsung dan padanya seorang menjadi anggotanya disebut kelompok keanggotaan. Ada yang disebut dengan kelompok primer, yaitu dimana para anggotanya berinteraksi secara tidak formal seperti keluarga, teman, dan sebagainya.⁹

⁸ Soeharno, *Teori Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009), 70.

⁹ Deliarnov, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2015), 68.

Ada pula yang disebut dengan kelompok sekunder, yaitu seseorang berinteraksi secara formal tetapi tidak reguler. Kelompok rujukan adalah kelompok yang merupakan titik perbandingan melalui tatap muka atau interaksi tak langsung dalam pembentukan sikap seseorang. Kelompok ini dapat mempengaruhi orang pada perilaku dan gaya hidup. Mereka dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek yang akan dipilih oleh seseorang. Keluarga atau anggota keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Keluarga orientasi adalah keluarga yang terdiri dari orang tua yang memberikan arah menuju penghayatan agama, aktivitas politik dan ekonomi, serta pembentukan harga diri. Sedangkan pada keluarga prokreasi, yaitu keluarga yang terdiri atas suami istri dan anak pengaruh pembelian itu akan sangat terasa. Peran dan status posisi seseorang dalam tiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat.¹⁰

Berdasarkan uraian diatas faktor sosial terdiri dari kelompok perilaku, kelompok rujukan, dan keluarga. Kelompok perilaku ini dipengaruhi oleh kelompok kecil seperti keluarga dan teman. Kelompok rujukan dipengaruhi

¹⁰ Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), 87.

oleh perilaku dan gaya hidup. Sedangkan keluarga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap pembelian.

c. Faktor Pribadi

Dalam faktor pribadi menurut Nugraha J. Setiadi memiliki beberapa komponen yaitu:

- 1) Umur dan siklus hidup. Tahapan siklus hidup biasanya mengalami perubahan pada saat mereka menjalani kehidupannya.
- 2) Keadaan ekonomi. Yang dimaksud keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatannya, stabilitasnya dan polanya), kemampuan menjamin dan sikapnya terhadap pengeluaran.
- 3) Gaya hidup adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang.
- 4) Kepribadian adalah pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan dan cara untuk bertingkah laku, terutama sebagaimana tingkah lakunya dapat dijelaskan oleh orang lain dengan cara yang cukup konsisten.¹¹

¹¹ Nugroho J. Setiadi, Perilaku Konsumen., 24

Berdasarkan uraian diatas faktor pribadi menjadi tiang untuk terbentuknya perilaku seorang konsumen dalam masyarakat dan lingkungan sehingga mempengaruhi keputusan konsumen untuk mengambil sebuah keputusan. Umur menjadi faktor utama dalam pribadi seseorang karena setiap pembelian barang dan jasa akan berubah-ubah selama hidupnya. Keadaan ekonomi seseorang akan besar pengaruhnya terhadap pemilihan produk yang akan dibeli konsumen. Dan gaya hidup seseorang meliputi produk yang dibelinya, bagaimana menggunakannya dan bagaimana seseorang tersebut berfikir dan merasakan semua itu.¹²

B. Internet

1. Pengertian

Internet (Inter-Network) merupakan sekumpulan jaringan komputer menghubungkan website atau situs akademik, pemerintahan, bisnis, organisasi, dan individu. Internet menyediakan akses ke pelayanan telekomunikasi serta sumber informasi bagi jutaan user di seluruh dunia.¹³ Jaringan membentuk Internet beroperasi pada seperangkat Protokol (aturan) standar digunakan menghubungkan antar jaringan komputer dan merute lalu lintas melalui jaringan. Protokol (aturan) ini menetapkan format data diizinkan, penanganan kesalahan (penanganan

¹² Engel, F.J., Blackwell, R.D. & Miniard, P.W, *Perilaku Konsumen, Edisi Keenam Terjemahan* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), 97.

¹³ Jack Febrian Rusdi, *Menggunakan Internet* (Bandung: Informatika, 2002), 41.

kesalahan), pesan lalu lintas, serta standar berbagai komunikasi lainnya. Protokol (aturan) standar di Internet dikenal sebutan yang umum *Transmission Control Protocol* atau *Internet Protocol* (TCP / IP).

Protokol (aturan) ini dapat bekerja pada berbagai jenis komputer, terlepas dari perangkat keras atau sistem operasi digunakan. Sistem komputer terhubung langsung ke network dengan nama domain dan IP Address (*Internet Protocol*) dalam wujud angka dengan format tertentu untuk pengenalan. Internet memiliki *gateway* atau gerbang ke network dan layanan berbasis Protokol (aturan) lainnya.¹⁴

2. Fungsi Internet

Internet awal mulanya yaitu sesuatu proyek yang diciptakan untuk keperluan pribadi sesuatu negara. tetapi sekarang ini telah jadi halayak umum. seluruh orang telah bisa menggunakan internet dengan umum. nyaris seluruh orang juga telah bisa mengoperasikan internet. Adapula saat ini internet yang telah bisa di nikmati dengan gratis yang disiapkan oleh umum. Sejalan dengan perkembangan zaman, kemajuan teknologi internet juga semakin maju. Seperti halnya awal mula fungsi terbentuknya internet, internet memiliki fungsi yang lebih sempit, sekarang fungsi tersebut hamper tidak bisa menyebutkan satu per satu fungsi dari

¹⁴ Rusito, *Teknologi Internet : Dasar Internet Teknologi IoT (Internet of Thing) dan Bahasa HTML*. (semarang: Yayasan Prima Agus Teknik 2021), 32.

internet tersebut, tetapi secara garis besar bisa fungsi internet tersebut bisa dikelompokkan menjadi beberapa saja. Quarterman dan Mitchell membagi kegunaan internet dalam empat kategori, yaitu:¹⁵

- a. Internet sebagai media komunikasi, merupakan fungsi internet yang paling banyak digunakan dimana setiap pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia.
- b. Media pertukaran data, dengan menggunakan email, newsgroup, ftp dan www (world wide web) sehingga para pengguna internet di seluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah.
- c. Media untuk mencari informasi atau data, perkembangan internet yang pesat, menjadikan sebuah jaringan web sebagai salah satu sumber informasi yang penting dan akurat.
- d. Fungsi komunitas, internet membentuk masyarakat baru yang beranggotakan para pengguna internet dari seluruh dunia.

Dalam komunitas ini pengguna internet dapat berkomunikasi, mencari informasi, berbelanja, melakukan transaksi bisnis, dan sebagainya. Karena sifat internet yang mirip dengan dunia kita sehari-hari maka internet sering disebut sebagai *cyberspace* atau *virtual world* (dunia maya). Internet berfungsi

¹⁵ *Ibid.*, 9.

sebagai aspek komunikasi, penyedia informasi, dan fasilitas untuk promosi. Internet dapat menghubungkan kita dengan berbagai pihak di berbagai lokasi di seluruh dunia. Misalnya kita bisa kirim data atau surat dengan berbagai pihak diseluruh dunia dengan menggunakan fasilitas Electronic mail (E-mail).¹⁶ Selain fasilitas Electronic mail internet juga menyediakan fasilitas untuk ngobrol yang dalam internet disebut chatting. Kemampuan internet lainnya adalah Usenet, yaitu forum yang disediakan bagi pengguna internet untuk berbagi informasi dan pemikiran mengenai suatu topik melalui buletin elektronik.¹⁷ Dengan menggunakan forum ini, pengguna dapat mengirim pesan mengenai topik bersangkutan dan menerima tanggapan dari pihak lain. Internet terhubung dengan ratusan katalog perpustakaan, sehingga penggunaannya dapat meneliti ribuan data base yang terbuka untuk umum melalui jaringan tersebut yang disediakan oleh perusahaan, pemerintah ataupun niralaba. Pengguna internet dapat mempergunakan informasi ini untuk berbagai keperluan bisnisnya, sehingga bisa mengetahui kondisi lingkungan termasuk pesaing dan perkembangan kepentingan para stakeholder.

Beberapa metode atau alat untuk mengakses komputer dan mencari file yang dapat diterapkan melalui internet adalah gopher,

¹⁶ Abdul Kadir, dan Terra Ch. Triwahyuni, *Pengenalan Teknologi Informasi* (Yogyakarta : Andi Offset, 2003), 76.

¹⁷ Alcianno G. Gan, "Pengenalan Teknologi Internet Serta Dampaknya" *JSI (Jurnal sistem Informasi) Universitas Suryadarma* Vol 2, No 2 (2015), 36.

archie dan wide area information servers. Dalam dunia bisnis internet digunakan sebagai alat penghubung yang praktis untuk komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, tanpa harus memikirkan waktu dan lokasi. Sekarang ini banyak situs-situs yang melakukan penjualan barang dan jasa lewat internet dan tentunya kita kalau ingin membeli harus memakai kartu kredit, jadi transaksi itu terjadi lewat internet. Kebanyakan orang di luar negeri seperti Amerika sering berbelanja produk atau barang lewat internet. Kalau dinegara kita masih jarang yang melakukan pembelian lewat internet yang ada penjualan, penyedia jasa dan penyedia informasi, apakah itu informasih tentang berita, informasi tentang pendidikan atau lain-lainnya. Selain yang saya sebutkan diatas masih banyak lagi fungsi dan kegunaan internet seprti dalam bidang komunikasi. Sekarang kita bisa berkomunikasi telpon-telponan dengan semua orang diseluruh dunia tanpa harus membayar seratus perakpun alias gratis dengan menggunakan fasilitas VOIP.

3. Penggunaan Internet di Bidang Ekonomi

Pada jaman modern sekarang ini, banyak manusia yang membutuhkan suatu alat bantu praktis, untuk mempermudah manusia melakukan berbagai kegiatannya. Teknologi mempunyai peranan yang sangat penting untuk menunjang kemudahan itu. Sudah banyak teknologi yang diciptakan oleh manusia untuk

mewujudkan keinginan manusia itu sendiri.¹⁸ Upaya yang dilakukan ini, agar kita tidak perlu lagi repot untuk melakukan aktifitas yang melelahkan. Dalam perekonomian suatu negara, saat sekarang ini jarak dan waktu bukanlah sebagai masalah yang berarti untuk mendukung pertumbuhan ekonomi. Banyak berbagai aplikasi tercipta untuk memfasilitasi Perekonomian suatu negara dapat dilihat dari perkembangan teknologi internet di negara tersebut.. Namun sekali lagi, perkembangan teknologi internet ini juga memiliki sisi negatif. ¹⁹

Dengan demikian, walaupun pada awalnya diciptakan untuk menghasilkan manfaat positif, di sisi lain juga juga memungkinkan digunakan untuk hal negatif dari kemajuan teknologi dalam kehidupan manusia.²⁰ Dampak Positif lainnya Internet terhadap Bidang Ekonomi.

a. Produktifitas dunia industri semakin meningkat.

Kemajuan teknologi akan meningkatkan kemampuan produktivitas dunia industri baik dari aspek teknologi industri maupun pada aspek jenis produksi;

b. Pertumbuhan ekonomi akan semakin tinggi.

Pertumbuhan ekonomi dapat semakin tinggi dengan adanya internet. Internet memberikan akses ke informasi dan

¹⁸ Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh media sosial terhadap perubahan social masyarakat di Indonesia" *Jurnal Publiciana*, Volume 9 Nomor 1 (2016), 140.

¹⁹ Ibid., 157.

²⁰ Agus Sugiarto, *Mengenal Ekonomi Digital* (Jakarta : Kompas, 2022), 98.

sumber daya yang dapat mempercepat inovasi, penelitian dan pengembangan, serta meningkatkan efisiensi dalam berbagai sektor ekonomi;²¹

- c. Persaingan dalam dunia kerja sehingga menuntut pekerja untuk selalu menambah skill dan pengetahuan yang dimiliki.

Persaingan dalam dunia kerja semakin ketat dan dinamis, sehingga menuntut pekerja untuk selalu menambah skill dan pengetahuan yang dimilikinya. Kemajuan teknologi dan globalisasi telah membawa perubahan besar dalam cara kerja dan persaingan di pasar kerja. Dalam lingkungan kerja yang semakin kompetitif, kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat dan memiliki keterampilan yang up-to-date adalah sangat penting bagi pekerja agar dapat bersaing dan bertahan di pasar kerja. Pemanfaatan teknologi, khususnya internet, telah memberikan akses yang lebih mudah dan terjangkau bagi pekerja untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka melalui kursus online, sertifikasi online, atau webinar. Selain itu, dengan mengikuti program pelatihan atau sertifikasi, pekerja dapat meningkatkan kualifikasi mereka dan membuktikan kemampuan mereka di bidang yang spesifik. Pekerja juga dapat memanfaatkan internet untuk memperluas jaringan profesional mereka melalui media sosial dan platform

²¹ Edi Wahyu Wibowo, "Analisis Ekonomi Digital dan Keterbukaan terhadap Pertumbuhan GDP Negara ASEAN" *Jurnal Lentera Bisnis*, Volume 7 Nomor 2, (2018), 17.

bisnis online. Dengan membangun jaringan yang kuat, pekerja dapat meningkatkan peluang mereka untuk menemukan pekerjaan yang sesuai dengan kualifikasi dan minat mereka.²²

- d. Semakin maraknya penggunaan TIK akan semakin membuka lapangan pekerjaan baru.

Dengan semakin maraknya penggunaan TIK dapat membuka lapangan pekerjaan baru di berbagai bidang. Dengan kemajuan teknologi, permintaan akan tenaga kerja yang memiliki keterampilan dan pengetahuan di bidang TIK semakin meningkat.²³

- e. Dengan fasilitas pemasangan iklan di internet pada situs-situs tertentu akan mempermudah kegiatan promosi dan pemasaran suatu produk;
- f. Perusahaan dapat menjangkau pasar lebih luas, karena pembeli yang mengakses internet tidak dibatasi tempat dan waktu.

Perusahaan dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan adanya internet karena pembeli yang mengakses internet tidak dibatasi oleh tempat dan waktu. Sebelum internet, perusahaan hanya dapat menjual produknya di toko fisik atau melalui katalog. Namun, dengan adanya internet, perusahaan dapat memasarkan produk mereka secara online, yang dapat diakses oleh siapa saja, di mana saja, dan kapan

²² Hermawan Kertajaya, *Siasat Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), 102.

²³ Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiiah. *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2013), 38.

saja. Dengan adanya internet, perusahaan dapat memperluas pasar dan mencapai pelanggan di seluruh dunia tanpa harus memiliki kantor atau toko fisik di tempat-tempat tersebut. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, memperoleh pelanggan baru, dan meningkatkan pendapatan mereka.;

- g. Perusahaan tidak perlu membuka cabang distribusi. Pengeluaran lebih sedikit, karena pegawai tidak banyak menjadikan harga barang lebih murah, karena biaya operasionalnya murah;
- h. Bisnis yang berbasis TIK atau yang biasa disebut e-commerce dapat mempermudah transaksi-transaksi bisnis suatu perusahaan atau perorangan (UMKM). Hal tersebut juga di bahas di jurnal Titik Sri Winih dan Aji Damanuri yang berjudul Peran E-Commerce Sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Tas Anyaman Untuk Meningkatkan Daya Saing. Disana menjelaskan bahwa Ecommerce dapat menjadi strategi UMKM untuk lebih mengembangkan bisnisnya apalagi bisnis yang masih terhalang oleh lokasi.²⁴
- i. Pemanfaatan internet untuk membuat layanan baru dalam perbankan seperti internet banking dan mobile banking.

Perkembangan teknologi juga berpengaruh kepada sistem

²⁴ Titik Sri Winih dan Aji Damanuri "E-Commerce Sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Tas Anyaman Untuk Meningkatkan Daya Saing" *Jurnal Al-Manhaj* Volume 5 Nomer 2 (2023).

pembayaran. Yang dulunya hanya menggunakan sistem pembayaran tunai yang menggunakan uang logam dan uang kertas atau uang kartal, sekarang ini berkembang juga sistem pembayaran non tunai yang terdiri dari sistem pembayaran berbasis kertas, sistem pembayaran non tunai berbasis kartu cek, giro, nota debit, dan nota kredit, dan juga sistem pembayaran berbasis elektronik contohnya BRIZZI dan e-wallet.²⁵ Keuntungan dari penggunaan internet banking dan mobile banking adalah kecepatan dan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan, yang dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja tanpa harus datang ke bank fisik. Hal ini sangat menguntungkan bagi nasabah yang memiliki jadwal sibuk atau sulit mengunjungi bank fisik. Selain itu, penggunaan internet banking dan mobile banking juga dapat membantu bank untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya operasional seperti biaya tenaga kerja, biaya administrasi, dan biaya infrastruktur. Hal ini dapat membantu bank untuk meningkatkan profitabilitas mereka.

²⁵ Septiana Alisa Salsabila, Aji Damanuri “Efektivitas Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada UMKM (Food and Beverage) di Kabupaten Ponorogo,” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* Vol. 3 No. 1, (2023), 121.

BAB III

DAMPAK PENGGUNAAN INTERNET TERHADAP PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT DESA KAPONAN

A. Profil Desa Kaponan

Kaponan adalah desa yang berada di Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Kaponan memiliki tiga Dusun yakni dusun Kaponan I, Kaponan II, Kaponan III. Dari tiga dukuh tersebut memiliki total 19 RT dan 8 RW.

Desa Kaponan memiliki luas wilayah 301 ha, berbatasan langsung sebelah selatan adalah dengan desa Nglumpang Kecamatan Mlarak, sebelah barat dengan Desa Kepuh Rubuh Kecamatan Siman, Sebelah timur dengan Desa Suren Kecamatan Mlarak, dan sebelah utara dengan Desa Jarak Siman. Desa kaponan termasuk desa terpencil dibandingkan desa tetangga yang dekat dengan jalan raya. Walaupun begitu masyarakat

Desa Kaponan hampir seluruhnya menggunakan internet dan sadar akan pemanfaatannya. Di Desa Kaponan Jumlah penduduk pada tahun 2017 berjumlah 2581 jiwa. Penduduk Desa Kaponan 100% memeluk agama Islam. Dengan Penduduk yang ramah, pemuda yang kompak, dan lingkungan yang masih cukup asri.¹

Sebuah desa yang terkenal sebagai penghasil tembakau dengan kualitas unggul. Sehingga tembakau menjadi icon Desa kaponan, Hasil komoditas pertanian terbesar tentu saja adalah padi, hasil pertanian yang

¹<https://www.desakaponan.com/p/desa-kaponan.html> diakses 02 Maret 2023 jam 15.40

lain adalah, kedelai, jagung, kacang, lombok, dan yang paling terkenal adalah mbako kaponan jenis sompo rejep yang terkenal kualitasnya. Desa Kaponan memiliki lembaga pendidikan 2 SD dan 2 TK dan play group serta beberapa madrasah sore serta TPQ yang bertempat di masjid-masjid setempat. Desa Kaponan sendiri memiliki visi dan misi sebagai berikut :

Visi :

Melayani masyarakat desa kaponan secara menyeluruh demi terwujudnya desa kaponan yang maju, berbudaya, sejahtera dan religius

Misi :

1. Bersama masyarakat memperkuat kelembagaan desa yang ada untuk melayani masyarakat secara optimal;
2. Bersama masyarakat dan Kelembagaan Desa menyelenggarakan pemerintahan desa dan melaksanakan pembangunan desa yang partisipatif;
3. Bersama masyarakat dan kelembagaan masyarakat dalam mewujudkan Desa Kaponan yang aman, tentram dan damai;
4. Bersama masyarakat dan kelembagaan memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

B. Gambaran Penggunaan Internet Masyarakat Desa Kaponan

Penggunaan internet adalah aktivitas yang melibatkan akses dan interaksi dengan berbagai sumber daya digital yang terhubung melalui jaringan komputer global yang disebut internet. Berikut adalah beberapa penggunaan internet digunakan sebagai berikut:

1. Akses Informasi
2. Komunikasi
3. Media Sosia
4. Hiburan
5. Bisnis dan E-Commerce.
6. Perbankan dan Keuangan
7. Gaming dan Hiburan Interaktif

Kemudian peneliti memberikan beberapa pertanyaan guna mengetahui bagaimana gambaran penggunaan internet masyarakat Desa Kaponan dengan pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah anda sering mengakses atau menggunakan internet?
2. Untuk penggunaan internet digunakan untuk apa saja?

Berikut dibawah ini hasil data yang diperoleh yang berupa sebuah tabel sajian data penggunaan internet masyarakat desa Kaponan berdasarkan informasi dari responden:

Tabel 1. Gambaran penggunaan internet

Responden	Lama Penggunaan Internet (Jam)	Kegunaan Utama Internet
Futiha	15 - 17	YouTube, Pengeditan Video, Media Sosial
Anis	6 - 7	Media Sosial (FB, WA),

		Sosial Media Lainnya
Rina	10	Media Sosial, E-Banking, Belanja Online
Rama	Hingga 12 (Bisa lebih di hari libur)	Media Sosial, Game Online
Nisa	6 - 8 (Lebih banyak waktu di sekolah)	Game Online, Menonton Drakor, Media Sosial, Belanja Online

Tabel di atas memberikan informasi mengenai berapa lama setiap responden menggunakan internet setiap harinya dan apa kegiatan utama yang mereka lakukan dengan menggunakan internet. Yang pertama adalah futiha, dia mengakses internet 15 hingga 17 jam sehari. Dengan pekerjaannya yang sebagai konten *creator* biasanya futiha menggunakan internet untuk membuka YT, aplikasi vidio hingga media sosial.²

Kemudian selanjutnya adalah Anis, ibu rumah tangga tersebut biasanya mengakses internet 6 hingga 7 jam dalam sehari ditengah kesibukannya sebagai ibu rumah tangga. Dalam mengakses internet biasanya anis menggunakannya untuk membuka media sosial seperti FB,

² Futuha, Wawancara, 1 September 2022.

WA serta media sosial lainnya.³ Selanjutnya adalah saudari Rina dalam kesehariannya dia bisa mengakses internet hingga 10 jam dalam sehari. Untuk internet sendiri Rina menggunakannya untuk membuka sosmed hingga memanfaatkannya untuk membuka *E-banking*.⁴

Kemudian untuk saudara Rama, ia mengakses internet bisa sampai 12 jam dalam sehari. Untuk pemanfaatannya Rama menggunakannya untuk sekedar mengakses hiburan seperti game online, berbelanja online dan juga berbelanja online.⁵

Selanjutnya adalah saudari Nisa, lama mengakses internet yang dilakukan nisa adalah kurun waktu 6 hingga 8 jam, hal tersebut karena nisa yang masih duduk dibangku SMA jadi waktunya lebih banyak dihabiskan untuk belajar disekolah. Biasanya kalau sedang mengakses internet Nisa biasanya menggunakannya untuk menonton drakor membuka sosmed, hingga berbelanja online.⁶

Dengan informasi yang telah dipaparkan diatas, dapat terlihat pola penggunaan internet masyarakat desa Kaponan, serta kebutuhan dan preferensi individu masing-masing responden terhadap internet.

C. Perilaku Konsumen Masyarakat Desa Kaponan

Jenis perilaku konsumen dapat dibagi ke dalam dua jenis yaitu Perilaku Konsumen Rasional dan Perilaku Konsumen tidak Rasional (*Irrasional*). Selanjutnya guna mengetahui bagaimana model perilaku

³ Anis, Wawancara, 12 Maret 2023.

⁴ Rina, Wawancara, 20 Maret 2023.

⁵ Rama, Wawancara, 17 Maret 2023.

⁶ Nisa, Wawancara. 15 Maret 2023.

konsumen di Desa Kaponan, memberikan beberapa pertanyaan kepada narasumber sebagai berikut :

- a. Apakah anda membeli barang sesuai kebutuhan dan kegunaan?
- b. Bagaimana cara anda memilih produk yang akan anda beli?
- c. Bagaimana cara anda menentukan mutu barang yang akan anda beli?
- d. Apakah faktor harga mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang ?
- e. Apakah anda tertarik membeli barang dengan adanya promosi atau iklan baik di media cetak maupun elektronik?
- f. Apakah faktor merk mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang?
- g. Apabila ada diskon ataupun bonus anda tertarik membeli barang tersebut?
- h. Apabila membeli suatu barang anda mengutamakan gengsi atau manfaat?

Berikut data yang dihasilkan dari wawancara yang dilakukan peneliti guna mengetahui model perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan. Model yang pertama adalah konsumen rasional, rasional sendiri harus memenuhi beberapa hal agar dikatakan rasional jika barang yang dibeli memberikan kegunaan yang optimal bagi konsumen, barang-barang tersebut benar-benar diperlukan konsumen, mutu barang yang terjamin dan yang terakhir harga sesuai dengan kemampuan.

Konsumen yang rasional membeli barang yang memang jelas kegunaannya, seperti yang dilakukan oleh Rina Wahyu yang membeli barang sesuai dengan kegunaan dan juga kebutuhannya.⁷

Selain itu Anis Yuliana selaku ibu rumah tangga juga menyatakan bahwa mutu barang yang terjamin adalah barang yang tahan lama atau awet. Barang yang tahan lama atau awet dapat menunjukkan bahwa barang tersebut memiliki kualitas yang baik, karena jika suatu barang mudah rusak atau cepat rusak, maka hal itu dapat menunjukkan bahwa bahan atau komponen yang digunakan dalam pembuatan barang tersebut kurang berkualitas.⁸

Futiha menyatakan bahwa harga bisa menjadi bahan pertimbangan untuk membeli suatu barang. Harga memang menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Setiap orang memiliki batas harga yang berbeda-beda, dan keputusan untuk membeli suatu barang biasanya dipengaruhi oleh apakah harga tersebut dianggap sesuai dengan nilai atau manfaat yang diperoleh dari barang tersebut.⁹

Kemudian berikutnya adalah konsumen irasional atau bisa dikatakan seorang konsumen yang membeli barang tanpa memikirkan kegunaan barang yang akan dibeli terlebih dahulu. Seperti yang dilakukan Nisa Nur Azizah yang dimana membeli barang yang dimana ia tertarik membeli arena melihat iklan baik di media cetak maupun elektronik. Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu platform

⁷ Rina, Wawancara, 20 Maret 2023.

⁸ Anis, Wawancara, 12 Maret 2023.

⁹ Futiha, Wawancara, 1 September 2022.

pemasaran yang populer. Banyak merek atau toko yang menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka, baik melalui iklan berbayar maupun melalui postingan organik.

Selanjutnya menurut pernyataan Rama, biasanya membeli barang bermerk seperti yang dipunyai banyak orang adalah hal yang wajar.¹⁰

Selanjutnya adalah diskon, diskon dapat menarik minat pembeli untuk membeli suatu barang. seperti halnya yang dialami Rina dia bisa tertarik dengan diskon dan bonus karena barang yang ada diskon dan bonus adalah barang yang akan dijualnya.¹¹

Kebanyakan konsumen membeli barang hanya sekedar memenuhi prestise atau gengsi semata. Sama halnya yang dialami oleh Nisa yang mengakui bahwa kadang membeli suatu barang hanya karna memenuhi gengsi semata.¹² Kemudian selanjutnya adalah faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat di Desa Kaponan. Adapun jenisnya dibagi menjadi dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1. Faktor Internal adalah faktor yang bersumber dari dalam diri si konsumen, diantaranya:
 - 4) Motivasi,
 - 5) Ekonomi
 - 6) Sikap,

¹⁰ Rama, Wawancara, 17 Maret 2023.

¹¹ Rina, Wawancara, 1 September 2022.

¹² Nisa, Wawancara, 15 Maret 2023.

2. Faktor Eksternal adalah berbagai faktor yang bersumber dari lingkungan si konsumen, diantaranya:

- 4) Kebudayaan
- 5) Kelompok sosial dan kelompok referensi,
- 6) Keluarga

Peneliti meneliti faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada narasumber sebagai berikut :

1. Apakah motivasi mendominasi anda dalam membeli barang?
2. Bagaimana anda menyikapi dalam membeli kebutuhan yang mana ekonomi menjadi alasan utama bahwa anda mampu membeli barang tersebut?
3. Apakah budaya yang ada sekiling anda dapat mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang?
4. Bagaimana keadaan kelompok sosial di sekitar anda dalam merespon daya beli anda?
5. Bagaimana intensitas pengeluaran keluarga anda?

Dari lima pertanyaan yang ditanyakan kepada narasumber berikut hasil wawancara yang dilakukan peneliti mendapatkan data sebagai berikut, : Faktor pertama adalah faktor internal yang dimana faktor motivasi menjadi pendorong melakukan konsumsi, seperti halnya yang

dikatakan oleh futiha faktor internal dari segi motivasi, futiha membeli suatu barang ada jika membutuhkan barang tersebut.¹³

Selanjutnya faktor ekonomi dan juga sikap, futiha dalam membeli barang disaat ekonomi di tingkat tinggi ataupun rendah tidak akan terpengaruh, dia akan tetap membeli barang sesuai nilai manfaat dan kebutuhannya.¹⁴ Kemudian berdasarkan pernyataan anis yuliana seorang ibu rumah tangga di Desa Kaponan bahwasannya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi adalah budaya, yang dimana budaya dari teman bisa menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsinya.¹⁵

Selanjutnya kelompok sosial, menurut rina respon dari kelompok sosial terhadap daya beli seseorang bisa sangat beragam. Beberapa orang mungkin tidak terlalu memperhatikan atau tidak merespons secara khusus, sementara yang lain mungkin merasa penasaran tentang barang yang telah dibeli, terutama dari segi harga dan kualitasnya.¹⁶

Selanjutnya keluarga adalah salah satu faktor pendorong seseorang melakukan konsumsi hal tersebut dapat dilihat dari pengeluaran keluarga. apabila pengeluaran keluarga tersebut tinggi berarti termasuk keluarga yang konsumtif jadi bisa saja seluruh anggota keluarganya ikut terpengaruh mengikuti gaya konsumtif yang berlebihan tersebut, sama

¹³ Futiha, Wawancara, 1 September 2022.

¹⁴ Futiha, Wawancara, 1 September 2022.

¹⁵ Anis, Waawancara, 12 Maret 2023.

¹⁶ Rina, Wawancara, 20 Maret 2023.

halnya yang dialami Nisa, yang dimana pengeluaran keluarganya yang lumayan banyak.¹⁷

D. Dampak Penggunaan Internet Terhadap Perilaku Konsumen Masyarakat Desa Kaponan.

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari kegiatan wawancara yang dilakukan dapat hasil data yang dimana penggunaan internet di Desa Kaponan memiliki dampak yang beragam terhadap perilaku konsumen. Beberapa di antaranya adalah :

1. Dampak Positif:

- a. Memungkinkan akses ke berbagai informasi dan hiburan, seperti melalui YouTube, sehingga meningkatkan produktivitas dan kreativitas.
- b. Memungkinkan belanja online untuk memenuhi kebutuhan yang tidak dapat ditemukan di sekitar, sehingga memudahkan dalam memperoleh barang-barang tertentu.
- c. Memudahkan pekerjaan yang membutuhkan koneksi internet, sehingga meningkatkan efisiensi dalam bekerja.

2. Dampak Negatif:

- a. Meningkatkan perilaku konsumtif, terutama dalam hal berbelanja online secara impulsif, yang dapat mengakibatkan pengeluaran yang tidak terkontrol.

¹⁷ Nisa, Wawancara, 15 Maret 2023.

- b. Kemungkinan menghabiskan waktu berlebihan untuk aktivitas online tertentu, seperti bermain game, sehingga mengganggu keseimbangan waktu dan istirahat.

Tentu saja, dampak dari penggunaan internet dapat bervariasi tergantung pada individu masing-masing dan cara penggunaannya. Adalah penting untuk selalu mempertimbangkan secara bijak tentang bagaimana kita menggunakan sumber daya digital ini dalam kehidupan sehari-hari.

Berikut penjelasan lebih lanjut data hasil dari kegiatan wawancara yang telah dilakukan untuk mengetahui dampak penggunaan internet terhadap perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan. Pertama adalah internet memungkinkan akses ke berbagai informasi dan hiburan, seperti melalui YouTube, sehingga meningkatkan produktivitas dan kreativitas seperti yang dinyatakan oleh saudari Futiha bahwa internet berdampak positif, hal tersebut karena futiha dapat mengakses youtube kemudian membuat channel youtube, dan hal tersebut membuat tingkat produktifitas bertambah dan juga menerima profit dari hal yang di lakukan tersebut dan untuk dampak negatifnya sejauh ini tidak ada, karena masih bisa membentengi diri untuk tidak mengikuti perilaku konsumtif orang-orang disekitar dan karena orangnya memang tidak terlalu suka berbelanja yang berlebihan seperti banyak yang dilakukan kebanyakan orang seumuran saat ini.¹⁸

¹⁸ Futiha, Wawancara, 1 September 2022.

Kemudian yang selanjutnya adalah Anis, dengan menggunakan internet adalah bisa membeli barang yang tidak ada disekitar dengan mudah. Akan tetapi Semenjak mengenal internet menjadi suka belanja online, bahkan barang- barang yang kadang belum jelas manfaatnya dibeli, sekedar memenuhi hasrat membeli, akibatnya pengeluaran kadang tidak terkendali.¹⁹ Rina menjelaskan bahwa internet berdampak positif, misalnya saja bisa berbelanja barang yang banyak di online shop kemudian menjualnya ke orang-orang disekitar tinggal dan juga memudahkan pekerjaannya yang dimana pekerjaan juga membutuhkan internet untuk melakukannya dan dampak negatifnya adalah terkadang kalau membeli barang online dan ternyata tidak sesuai dengan yang diinginkan, jadi membuang uang saja.²⁰

Yang selanjutnya adalah saudara Rama yang menyatakan bahwa internet berdampak negatif, karena jika sudah bermain game online, sehingga lupa waktu dan waktu yang harusnya digunakan untuk istirahat digunakan hanya untuk bermain game online atau bias dikatakan menggunakan internet secara berlebihan.²¹ Yang terakhir adalah Nisa, Nisa merasakan dampak positif dari penggunaan internet yang dilakukannya pada perilaku konsumennya adalah bisa memuaskan diri, dengan cara memenuhi keinginan dengan cara berbelanja melalui onlineshop, yang dimana segala kebutuhan yang belum tentu ada disekitar di online shop

¹⁹ Anis, Wawancara, 12 Maret 2023.

²⁰ Rina, Wawancara, 20 Maret 2023.

²¹ Rama, Wawancara, 17 Maret 2023.

ada. dan untuk dampak negatifnya sendiri adalah dengan seringnya melakukan transaksi jual beli online mengeluarkan uang yang lumayan menguras dompet. Bahkan kadang membeli barang yang tidak jelas manfaatnya dalam arti lain perilaku konsumtif meningkat semenjak menggunakan internet.²²



²² Nisa, Wawancara. 15 Maret 2023.

BAB IV
ANALISIS DAMPAK INTERNET TERHADAP PERILAKU KONSUMEN
MASYARAKAT DESA KAPONAN MLARAK PONOROGO

A. Gambaran Penggunaan Internet Masyarakat Desa Kaponan

Berdasarkan gambaran penggunaan internet masyarakat Desa Kaponan yang diberikan, terdapat beberapa analisis yang dapat dilakukan. Yang pertama adalah waktu penggunaan internet, mayoritas responden menghabiskan cukup banyak waktu untuk menggunakan internet setiap hari. Beberapa bahkan mencapai 15 hingga 17 jam sehari. Hal ini menunjukkan bahwa internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka.

Selanjutnya adalah kegunaan utama internet media sosial yang dimana hampir semua responden menggunakan internet untuk membuka media sosial seperti Facebook, WhatsApp, dan platform lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dalam kehidupan online mereka. Kemudian digunakan untuk Konten Multimedia yang dilakukan oleh Futiha yang dimana menggunakan internet untuk keperluan berkaitan dengan pembuatan konten multimedia, seperti YouTube dan pengeditan video. Ini menunjukkan bahwa ada sebagian masyarakat Desa Kaponan yang terlibat dalam aktivitas kreatif online.

Kemudian adalah menggunakan untuk e-Banking dan belanja online. Beberapa responden seperti Rina dan Nisa menggunakan internet untuk aktivitas keuangan, seperti *e-banking* dan belanja online. Hal ini

menunjukkan bahwa internet juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk transaksi finansial.

Yang selanjutnya digunakan untuk hiburan dan game online seperti yang dilakukan Rama dan Nisa dimana mereka menggunakan internet untuk hiburan, seperti menonton drakor dan bermain game online. Ini menunjukkan bahwa internet juga digunakan sebagai sarana hiburan dan relaksasi.

Terdapat perbedaan dalam cara setiap responden menggunakan internet. Hal ini mencerminkan kebutuhan dan preferensi individu mereka terhadap teknologi dan internet. internet telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Desa Kaponan. Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada hiburan atau koneksi sosial, tetapi juga digunakan untuk keperluan produktif dan aktivitas ekonomi.

B. Analisis Perilaku Kosumen Masyarakat Desa Kaponan

Perilaku konsumen sendiri dibagi menjadi dua jenis yaitu, perilaku konsumen rasional dan perilaku konsumen irrasional. perilaku konsumen rasional yaitu perilaku yang lebih mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum, seperti kebutuhan mendesak, mutu terjamin, dan harga sesuai dengan kebutuhan. Sedangkan perilaku konsumen irrasional yaitu perilaku konsumen yang mudah terbujuk oleh iming-iming diskon, atau

strategi marketing lainnya dari suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan dan kepentingan.¹

Seperti yang di ungkapkan oleh saudara futiha, dia membeli prodak menegedepankan kebutuhan dan juga kepentingannya.bahkan dia tidak tertarik atau terbujuk oleh iming-iming diskon dan sejenisnya. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, perilaku konsumen rasional mengacu pada keputusan pembelian yang didasarkan pada fakta dan logika yang rasional. Dalam hal ini, konsumen mempertimbangkan kebutuhan dan kepentingannya, dan tidak mudah terpengaruh oleh faktor emosional atau psikologis, seperti diskon atau promosi. Seseorang yang memiliki perilaku konsumen rasional cenderung lebih kritis dalam memilih produk atau jasa yang akan dibeli dan mempertimbangkan nilai sebenarnya dari produk atau jasa tersebut, bukan hanya sekedar mempertimbangkan harga atau diskon yang ditawarkan. Sehingga, konsumen yang memiliki perilaku konsumen rasional dapat membuat keputusan pembelian yang lebih efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingannya.

Akan tetapi lain hal dengan saudara nisa, bahw akan membeli barang apabila barang tersebut lucu dan menarik tanpa memperhatikan guna dan juga manfaat barang tersebut. Nisa juga sering tergoda oleh iklan yang ada di media online ataupun cetak. Bahkan nisa seringkali tergoda membeli barang dengan harga bonus ataupun diskon tanpa memperdulikan membutuhkan barang tersebut atau tidak. Seperti yang telah dijelaskan

¹ Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, Ekonomi Mikro Islam, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 67.

sebelumnya, perilaku konsumen irasional dapat terjadi ketika konsumen mudah terpengaruh oleh faktor emosional atau psikologis, seperti diskon atau promosi. Seseorang yang memiliki perilaku konsumen irasional cenderung membuat keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut, tanpa mempertimbangkan nilai sebenarnya dari produk atau jasa tersebut, apakah benar-benar dibutuhkan atau tidak.² Ini bisa mengakibatkan pemborosan dan membeli barang yang tidak perlu. Sebagai konsumen, penting untuk mempertimbangkan kebutuhan dan kepentingan pribadi sebelum membuat keputusan pembelian, dan tidak terlalu mudah terpengaruh oleh iklan atau promosi yang menarik. Sebaiknya pertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa. Dengan cara ini, konsumen dapat menghemat uang dan membeli produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan pribadi.³

Jadi kesimpulannya adalah saudari futiha menunjukkan perilaku konsumen yang rasional, karena mempertimbangkan kebutuhan dan kepentingan atas konsumsinya, serta tidak terpengaruh oleh diskon ataupun promosi yang ia jumpai di media internet. Dan sebaliknya, saudari nisa menunjukkan perilaku irasional, yang dimana mudah tergoda oleh iklan dan membeli barang yang sedang tidak benar-benar dibutuhkan olehnya, padahal sebagai konsumen, penting untuk mempertimbangkan kebutuhan serta kepentingan pribadi sebelum membuat keputusan pembelian, dan

² *Ibid.*, 72

³ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Sleman : Deepublish 2018), 106.

tidak terlalu untuk mudah terpengaruh oleh faktor emosional atau psikologis. Dan dengan cara ini, diharapkan konsumen dapat membeli produk ataupun jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan, dan juga menghemat uang yang dimiliki.

C. Analisis Dampak Penggunaan Internet Terhadap Perilaku Konsumen Masyarakat Desa Kaponan

Dampak Positif penggunaan internet terhadap perilaku konsumen yang pertama memberikan akses informasi dan hiburan. Internet memungkinkan akses ke berbagai informasi dan hiburan, seperti melalui YouTube, yang dapat meningkatkan produktivitas dan kreativitas. Hal ini terlihat dari pengalaman Futiha yang dapat mengakses dan mengelola saluran YouTube untuk kegiatan produktif. Yang kedua adalah mempermudah belanja, internet memungkinkan belanja online untuk memenuhi kebutuhan yang tidak dapat ditemukan di sekitar, memberikan kenyamanan dalam memperoleh barang-barang tertentu. Namun, perlu diwaspadai perilaku konsumtif yang bisa muncul, seperti yang dialami oleh Anis. Yang ketiga adalah menggunakan internet dapat meningkatkan efisiensi pekerjaan, Internet memudahkan dalam menjalankan pekerjaan yang membutuhkan koneksi online, meningkatkan efisiensi dalam bekerja. Hal ini tercermin dari pengalaman Rina yang memanfaatkan internet dalam pekerjaannya.

Walaupun begitu internet juga memunculkan dampak negatifnya terhadap perilaku konsumen masyarakat Desa Kaponan. Yang pertama adalah internet menumbuhkan perilaku konsumtif.. Salah satu dampak negatif yang dapat muncul dari penggunaan internet adalah meningkatnya perilaku konsumtif, terutama dalam hal berbelanja online secara impulsif. Hal ini bisa mengakibatkan pengeluaran yang tidak terkontrol, seperti yang dialami oleh Anis dan Nisa. Yang selanjutnya adalah munculnya potensi kecanduan, keseimbangan waktu penggunaan internet, terutama dalam aktivitas tertentu seperti bermain game online, dapat mengakibatkan pengguna lupa waktu dan mengganggu keseimbangan waktu dan istirahat, seperti yang dinyatakan oleh Rama. Penting untuk diingat bahwa dampak dari penggunaan internet dapat bervariasi tergantung pada individu masing-masing dan cara penggunaannya. Oleh karena itu, penting untuk selalu mempertimbangkan dengan bijak tentang bagaimana kita menggunakan sumber daya digital ini dalam kehidupan sehari-hari. Diperlukan keterampilan dan kesadaran untuk mengelola penggunaan internet agar memberikan manfaat yang seimbang bagi kehidupan sehari-hari.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari teori, penelitian, pengumpulan data, dan analisis yang dilakukan peneliti, tentang dampak ekonomis penggunaan internet masyarakat Desa Kaponan, hal ini dapat ditarik kesimpulan sebagaimana dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan, gambaran penggunaan internet masyarakat Desa Kaponan menunjukkan bahwa internet telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari mereka. Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada hiburan atau koneksi sosial, tetapi juga digunakan untuk keperluan produktif, aktivitas ekonomi, dan kreativitas digital seperti yang telah dilakukan oleh futiha dan saudari rina.
2. Berdasarkan analisis model perilaku konsumen yang dibagi menjadi perilaku konsumen rasional dan perilaku konsumen irasional, dapat disimpulkan bahwa saudari Futiha menunjukkan perilaku konsumen yang rasional karena mempertimbangkan kebutuhan dan kepentingannya dalam membeli suatu produk atau jasa. Ia tidak mudah terpengaruh oleh diskon atau promosi yang ada di media internet. Sebaliknya, saudari Nisa menunjukkan perilaku konsumen yang irasional karena sering tergoda oleh iklan dan membeli barang yang tidak benar-benar dibutuhkan. Sebagai konsumen, penting untuk mempertimbangkan kebutuhan dan kepentingan pribadi sebelum

membuat keputusan pembelian, dan tidak terlalu mudah terpengaruh oleh faktor emosional atau psikologis seperti diskon atau promosi. Dengan cara ini, konsumen dapat membeli produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan pribadi serta menghemat uang yang dimiliki.

3. Secara keseluruhan, internet telah berperan penting dalam mendukung kemudahan dan kenyamanan di berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang ekonomi. Ini telah memberikan peluang bagi individu untuk mengeksplorasi peluang bisnis atau pekerjaan baru, dan telah memfasilitasi komunikasi dan transaksi yang lebih cepat dan efisien. Hal ini telah menyebabkan peningkatan produktivitas dan efisiensi, dan dengan demikian meningkatkan pendapatan bagi banyak orang. Namun, seperti halnya teknologi apa pun, internet juga memiliki sisi negatifnya. Hal itu dapat menyebabkan konsumsi berlebihan dan perilaku tidak sehat, seperti yang terlihat pada kasus Nisa dan Rama. Untuk mencegah dampak negatif tersebut, maka penting untuk mengatur dan mengontrol penggunaan internet, seperti dengan membatasi waktu penggunaan, memilih konten yang bermanfaat, dan mengelola keuangan dengan bijak saat melakukan transaksi online. Penting juga untuk meningkatkan kesadaran akan dampak negatif penggunaan internet dan mengedukasi masyarakat tentang cara menggunakannya secara positif dan efektif.

B. Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang ditarik dari penelitian tentang dampak internet terhadap perilaku ekonomi masyarakat Desa Kaponan, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh masyarakat dalam menggunakan internet. Pertama, adalah penggunaan internet yang dimana masyarakat Desa Kaponan sudah menggunakan internet untuk berbagai hal. Akan tetapi masih beberapa masyarakat yang kurang memanfaatkan internet, jadi butuh edukasi yang lebih terkait hal tersebut.

Kedua, sebagai konsumen, penting untuk mempertimbangkan kebutuhan dan kepentingan pribadi sebelum membuat keputusan pembelian, dan tidak terlalu mudah terpengaruh oleh faktor emosional atau psikologis seperti diskon atau promosi. Dengan cara ini, konsumen dapat membeli produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan pribadi serta menghemat uang yang dimiliki. Kemudian faktor internal dan eksternal mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli produk atau jasa. Oleh karena itu, konsumen harus melakukan evaluasi terhadap kebutuhan dan kepentingan mereka sebelum membuat keputusan pembelian.

Ketiga, internet telah memberikan banyak manfaat dalam mendukung kemudahan dan kenyamanan di berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang ekonomi. Namun, penggunaan internet juga dapat menyebabkan konsumsi berlebihan dan perilaku tidak sehat. Oleh karena itu, penting untuk mengatur dan mengontrol penggunaan internet, seperti

dengan membatasi waktu penggunaan, memilih konten yang bermanfaat, dan mengelola keuangan dengan bijak saat melakukan transaksi online.

Terakhir, penting untuk meningkatkan kesadaran akan dampak negatif penggunaan internet dan mengedukasi masyarakat tentang cara menggunakannya secara positif dan efektif. Dengan demikian, masyarakat dapat memanfaatkan internet dengan baik dan benar sehingga memberikan dampak positif bagi kehidupan ekonomi mereka.



DAFTAR PUSTAKA

- Blackwell, Engel, J.F, R.D. & P.W. Miniard, *Perilaku Konsumen Jilid 1 dan 2 Edisi Keenam*. Tangerang: Binarupa Aksara, 1995
- Cahyono, Anang Sugeng. “Pengaruh media sosial terhadap perubahan social masyarakat di Indonesia” *Jurnal Publiciana*, Volume 9 Nomor 1 tahun 2016.
- Djunu, Ardila. “PEMANFAATAN FITUR INTERNET PADA SMARTPHONE OLEH MASYARAKAT (Studi Pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Kelurahan Tidore Kecamatan Tahunan Timur)” e-journal Acta Diurna Volume V. No. 5. Tahun 2016.
- Deliarnov. *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2015.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Sleman : Deepublish 2018.
- Gan, Alcianno G. “Pengenalan Teknologi Internet Serta Dampaknya” JSI (Jurnal sistem Informasi) Universitas Suryadarma Vol 2, No 2 tahun 2015.
- Kadir, Abdul dan Terra Ch. Triwahyuni, *Pengenalan Teknologi Informasi*. Yogyakarta : Andi Offset, 2003.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Laporan Tahunan 2020.
- Kertajaya, Hermawan. *Siasat Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2002.
- Mulawarman dkk *Problematika PENGGUNAAN INTERNET. Konsep, Dampak, dan Strategi Penanganannya. Edisi Pertama* . Prenada Media 2020.
- Pradipta, Yolanda Gilang Arya. “Penggunaan Internet Sebagai Media Promosi Umkm Harmoni Di Desa Kembangan Baki Sukoharjo” Skripsi: Universitas Muhammadiyah Surakarta:2018.
- PORTAL BERITA Pemerintah Provinsi Jawa Tengah “Internet of Things, Peluang Besar Dukung Pengembangan Ekonomi Digital “ dalam <https://jatengprov.go.id/> diakses 12 Juli 2023.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta, CV, 2017.
- Rahmadana, Muhammad Fitri. *Ekonomi Digital*. Bali: Nilacakra, 2021.
- R.S, Pindyck, dan D.N. Rubinfeld, *Mikroekonomi (terjemah)*. Edisi Delapan. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Rusdi, Jack Febrian. *Menggunakan Internet*. Bandung: Informatika, 2002.
- Rusito, *Teknologi Internet : Dasar Internet Teknologi IoT (Internet of Thing) dan Bahasa HTML*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik 2021.

- Salsabila, Septiana Alisa dan Aji Damanuri “Efektivitas Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada UMKM (Food and Beverage) di Kabupaten Ponorogo,” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* Vol. 3 No. 1, (2023)
- Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah. *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2013)
- Septiana, Aldila. *Analisis Perilaku Konsumen: Teori & Praktik dalam Bidang Pemasaran*. Bangkalan: UTM Press, 2015. Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2013
- Simamora, Bilson. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Supriyanto, Aji. *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta: Salemba Infotek. 2005.
- Soeharno. *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009.
- Sugiarto, Agus. *Mengenal Ekonomi Digital*. Jakarta : Kompas, 2022.
- Wibowo, Edi Wahyu. “Analisis Ekonomi Digital dan Keterbukaan terhadap Pertumbuhan GDP Negara ASEAN” *Jurnal Lentera Bisnis*, Volume 7 Nomor 2, (2018).
- Widjajanta, Bambang. *Mengasah Kemampuan Ekonomi*. Bandung: citra praya, 2001.
- Wibowo, Sukarno Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Winih, Titik Sri dan Aji Damanuri “E-Commerce Sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Tas Anyaman Untuk Meningkatkan Daya Saing” *Jurnal Al-Manhaj* Volume 5 Nomer 2 tahun 2023.
- Wardana, Miko Andi. *Perilaku Konsumen*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media, 2023.
- Wawancara, Anis, 12 Maret 2023.
- Wawancara. Nisa, 15 Maret 2023
- Wawancara, Futiha, 1 September 2022.
- Wawancara, Rina, 20 Maret 2023.
- Wawancara, Rama, 17 Maret 2023.
- Wawancara, Wasis, 4 Mei 2023.

LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara

1. Narasumber : Futiha
Jabatan : Masyarakat Desa Kaponan
Tanggal : 1 September 2022.

No.	Pertanyaan wawancara	Jawaban
1.	<p>1. Apakah anda sering mengakses atau menggunakan internet?</p> <p>2. Untuk penggunaan internet digunakan untuk apa saja?</p> <p>3. Apa dampak yang dirasakan dari penggunaan internet dikehidupan anda?</p>	<p>Dengan keseharian sebagai youtuber saya bisa mengabdikan 15 hingga 17 jam dalam sehari menggunakan internet sebagian besar untuk mengakses youtube dan juga untuk mengedit video serta membuka media sosial.</p> <p>Dampak yang dirasakan sejauh ini banyak, salah satunya adalah membuat channel youtube, dari channel tersebut bisa menghasilkan uang walau belum banyak, akan tetapi cukup untuk uang jajan.</p>
2.	<p>4. Apakah anda membeli barang sesuai kebutuhan dan kegunaan?</p> <p>5. Bagaimana cara anda memilih produk yang akan anda beli?</p> <p>6. Bagaimana cara anda menentukan mutu barang</p>	<p>Setiap membeli barang tentu mengedepankan kebutuhan dan juga kegunaan barang tersebut, kalau memang tidak penting maka tidak akan membelinya.</p> <p>Jika membeli di <i>online store</i> tentu melihat review barang tersebut bagus tidaknya, dan juga bagaimana</p>

	<p>yang akan anda beli?</p> <p>7. Apakah faktor harga mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang ?</p> <p>8. Apakah anda tertarik membeli barang dengan adanya promosi atau iklan baik dimedia cetak maupun elektronik?</p> <p>9. Apakah faktor merk mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang?</p> <p>10. Apabila ada diskon ataupun bonus anda tertarik membeli barang tersebut?</p> <p>11. Apabila membeli suatu barang anda mengutamakan gengsi atau manfaat?</p>	<p>kualitasnya dan tentunya memilih harga yang paling terjangkau dengan kualitas yang bagus. Untuk yang <i>offline store</i> di lihat harga dan juga kualitas barangnya terlebih dahulu.</p> <p>Untuk mutu suatu barang dilihat dari kualitas prodaknya terlebih dahulu baru harga prodaknya.karena yang harganya mahal belum tentu dengan kualitasnya bagus.</p> <p>Tentu saja, harga mempengaruhi membeli suatu barang, jika terlalu mahal maka tidak akan membelinya, kecuali memang benar-benar membutuhkannya.</p> <p>Kurang tertarik dengan promosi ataupun iklan, karena kalau membeli suatu barang itu yang memang benar-benar butuhkan saja.</p> <p>Berpengaruh asalkan merk tersebut benar-benar menciptakan barang yang berkualitas bagus.</p> <p>Kurang tertarik dengan bonus ataupun diskon, apalagi yang diskon ataupun dibonus bukan barang yang sedang butuhkan.</p> <p>Tentu saja mengutamakan manfaat daripada gengsi dan selalu membeli barang itu melihat dulu apa manfaatnya dan juga butuh atau tidak.</p>
--	--	--

	<p>12. Apakah motivasi mendominasi anda dalam membeli barang?</p> <p>13. Bagaimana anda menyikapi dalam membeli kebutuhan yang mana ekonomi menjadi alasan utama bahwa anda mampu membeli barang tersebut?</p> <p>14. Apakah budaya yang ada sekiling anda dapat mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang?</p> <p>15. Bagaimana keadaan kelompok sosial di sekitar anda dalam merespon daya beli anda?</p> <p>16. Bagaimana intensitas pengeluaran keluarga anda?</p>	<p>Motivasi untuk membeli barang itu jika butuh barang tersebut dan juga menyukainya bukan hanya sekedar membeli barang yang tidak berguna atau hanya untuk kesenangan.</p> <p>Dalam membeli barang dalam keadaan mempunyai cukup uang ataupun tidak akan tetap mengutamakan nilai manfaat barang tersebut dikehidupan, jika memang tidak bermanfaat sama sama sekali, maka tidak akan membeli barang tersebut dan lebih memilih membeli barang yang memang jelas manfaatnya.</p> <p>Budaya tidak mempengaruhi untuk membeli barang, hal tersebut tidak suka untuk mengikuti budaya yang terlalu konsumif.</p> <p>Kelompok sosial yang ada disekitar tidak terlalu peduli tentang daya beli, atau bisa dikatakan tidak merespon.</p> <p>Intensitas pengeluaran keluarga untuk ukuran didesa, masih bisa dikatakan normal dan juga tidak boros.</p>
	<p>17. Penggunaan internet bukan lagi menjadi hal yang asing, khususnya diwilayah kebutuhan</p>	<p>sependapat akan hal tersebut, karena merasakan hal tersebut. Karena semenjak adanya internet dan juga pemanfaatan yang tepat bisa</p>

	<p>ekonomi, bagaimana pendapat anda mengenai hal tersebut?</p> <p>18. Apakah dengan adanya internet ini mempengaruhi kebutuhan ekonomi anda dalam membeli suatu barang?</p> <p>19. Apakah peran internet meningkatkan efektifitas dalam memenuhi kebutuhan ekonomi anda?</p> <p>20. Bagaimana dampak positif internet dalam mempengaruhi perilaku konsumtif anda?</p> <p>21. Bagaimana dampak negatif internet dalam mempengaruhi perilaku konsumtif anda?</p>	<p>menghasilkal pendapatan yang bisa memenuhi kebutuhan tanpa bergantung pada orang tua</p> <p>Kalau untuk mempengaruhi, bagi tidak terlalu.karena masih bisa mengatur kebutuhan yang dibutuhkan dan tidak mengikuti keinginan mengkonsumsi barang-barang yang tidak dibutuhkan</p> <p>Cukup efektifitas untuk memenuhi kebutuhan sendiri, lumayan untuk menghasilkan uang jajan tanpa harus minta orangtua.</p> <p>Dampak positif yang dirasakan adalah saya dapat mengakses youtube kemudian membuat channel youtube, hal tersebut membuat tingkat produktifitas tentu bertambah dan juga menerima profit dari hal yang di lakukan tersebut.</p> <p>Dampak negatifnya sejauh ini tidak ada, karena masih bisa membentengi diri untuk tidak mengikuti perilaku konsumtif orang-orang disekitar dan karena orangnya memang tidak terlalu suka berbelanja yang berlebihan seperti banyak yang dilakukan kebanyakan orang seumuran saat ini.</p>
--	--	--



IAIN
PONOROGO

2. Narasumber : Anis
 Jabatan : Warga Desa Kaponan
 Tanggal : 12 Maret 2023

No.	Pertanyaan wawancara	Jawaban
1.	<p>1. Berapa lama intensitas penggunaan internet anda setiap harinya ?</p> <p>2. Bagaimana penggunaan internet anda sehari hari?</p> <p>3. Apa dampak yang dirasakan dari penggunaan internet dikehidupan anda?</p>	<p>Biasanya menggunakan internet pada waktu luang disela kesibukan saya menjadi ibu rumah tangga, 6 sampai 7 jam dalam sehari.</p> <p>Keseharian dalam mengakses internet biasanya menggunakan untuk membuka sosmed seperti FB, WA dan sosial media lainnya.</p> <p>Dengan internet bisa mengetahui dunia luas ditengah kesibukan, sehingga tidak tertinggal jauh dari teman sekumpulan.</p>
2.	<p>4. Apakah anda membeli barang sesuai kebutuhan dan kegunaan?</p> <p>5. Bagaimana cara anda memilih prodak yang akan anda beli?</p> <p>6. Bagaimana cara anda menentukan mutu barang yang akan anda beli?</p> <p>7. Apakah faktor harga mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang ?</p>	<p>Ketika membeli barang tentu saja harus sesuai kebutuhan dan kegunaan, apalagi diposisi yang saat menjadi ibu rumah tangga .</p> <p>Tentu saja melihat dari segi harga dan kualitasnya, sebagai ibu rumah tangga akan memilih prodak dengan jeli agar semua kebutuhan tercukupi dengan seefisien mungkin.</p> <p>Barang tersebut terlihat bagus dan juga baik konsdisinya dan juga ketahannya yang baik itu pasti adalah barang yang bermutu.</p>

	<p>8. Apakah anda tertarik membeli barang dengan adanya promosi atau iklan baik dimedia cetak maupun elektronik?</p> <p>9. Apakah faktor merk mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang?</p> <p>10. Apabila ada diskon ataupun bonus anda tertarik membeli barang tersebut?</p> <p>11. Apabila membeli suatu barang anda mengutamakan gengsi atau manfaat?</p>	<p>Akan membeli barang apabila dibutuhkan tapi kadang membelinya karena tertarik apalagi jika barang bagus dengan harga yang murah.</p> <p>Biasanya disaat saat membuka sosmed ada iklan yang lewat melihatnya sebentar, apabila barang tersebut menarik maka akan melihat barangnya. Kalau bagus kadang dibeli kadang tidak, tergantung kondisi keuangan saat itu.</p> <p>Sebenarnya kurang faham dengan merk, tapi disaat mendengar temen atau saudara yang membeli barang merk tertentu dan bagus jugs terkadang mencoba membelinya.</p> <p>Tidak dipungkiri, ibu-ibu seperti menyukai diskon ataupun bonus, apalagi saat suami gajian, pasti lihat-lihat kalau ada yang cocok akan membelinya.</p> <p>Ketika membeli barang selalu mengutamakan manfaat sebenarnya, akan tetapi adakalanya jika berkumpul dengan teman-teman kadang gengsi kalau tidak membeli barang yang sama dengan teman-teman seperti tertinggal oleh teman ,jadi saya ikut membelinya.</p>
	<p>12. Apakah motivasi</p>	<p>Motivasi membeli barang adalah jika</p>

	<p>mendominasi anda dalam membeli barang?</p> <p>13. Bagaimana anda menyikapi dalam membeli kebutuhan yang mana ekonomi menjadi alasan utama bahwa anda mampu membeli barang tersebut?</p> <p>14. Apakah budaya yang ada sekiling anda dapat mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang?</p> <p>15. Bagaimana keadaan kelompok sosial di sekitar anda dalam merespon daya beli anda?</p> <p>16. Bagaimana intensitas pengeluaran keluarga anda?</p>	<p>sedang membutuhkan atau sedang tertarik dengan barang tersebut dan juga kadang kalanya rasa ingin mengikuti teman-teman.</p> <p>Apabila ekonomi sedang sulit atau ditingkat rendah, kemudian akan memangkas beberapa kebutuhan saya agar tercukupi kebutuhan keluarga dengan baik.</p> <p>Budaya yang ada di sekiling sebenarnya kalau dikatakan konsumtif contohnya anak yang sedang masih duduk di sekolah tk apabila melihat temannya mempunyai barang baru pasti merengek minta dibelikan. Dan lagi mengikuti perkumpulan ibu-ibu yang notabennya mempunyai budaya yang suka belanja.</p> <p>Respon dari kelompok sosial beragam, ada yang memberikan saran atau rekomendasi terkait produk atau jasa tertentu yang mereka telah mencoba sebelumnya. Ada juga yang memberikan dukungan dan juga persetujuan terhadap keputusan pembelian yang diambil dan adapula memberikan kritik atau masukan terhadap keputusan pembelian.</p> <p>Untuk intensitas pengeluaran</p>
--	---	---

		<p>keluarga dibilang cukup banyak, apalagi mempunyai anak yang masih usia tk yang membutuhkan biaya sekolah serta keingnanya yang mengikuti temannya-temnnya yang tidak bisa dikontrol menjadi penyebabnya.</p>
	<p>17. Penggunaan internet bukan lagi menjadi hal yang asing, khususnya diwilayah kebutuhan ekonomi, bagaimana pendapat anda mengenai hal tersebut?</p> <p>18. Apakah dengan adanya internet ini mempengaruhi kebutuhan ekonomi anda dalam membeli suatu barang?</p> <p>19. Apakah peran internet internet meningkatkan efektifitas dalam memenuhi kebutuhan ekonomi anda?</p> <p>20. Bagaimana dampak positif internet dalam mempengaruhi perilaku konsumtif anda?</p> <p>21. Bagaimana dampak negatif internet dalam mempengaruhi perilaku</p>	<p>Mendengar sedikit tentang hal tersebut, ya memang internet bukan lagi hal baru khususnya diwilayah ekonomi, akan tetapi masih banyak yang belum tau akan hal tersebut.</p> <p>Kalau yang dirasakan memang internet sedikit mempengaruhi kebutuhan ekonomi dalam membeli suatu barang, apalagi jika sudah membuat sosmed dan ada barang yang sedikit menarik, bisa tergoda membelinya.</p> <p>Peran internet dikehidupan belum bisa diatakan dapat meningkatkan efektifitas dalam memenuhi kebutuhan ekonomi masih Dampak positif yang dirasakan dengan menggunakan internet adalah bisa membeli barang yang tidak ada disekitar dengan mudah.</p> <p>Semenjak mengenal internet menjadi suka belanja online, bahkan barang-barang yang kadang belum jelas manfaatnya dibeli, sekedar</p>

	konsumtif anda?	memenuhi hasrat membeli, akibatnya pengeluaran kadang tidak terkendali.
--	-----------------	---

3. Narasumber : Rina
 Jabatan : Warga desa Kaponan
 Tanggal : 20 Maret 2023

No.	Pertanyaan wawancara	Jawaban
1.	<p>1. Berapa lama intensitas penggunaan internet anda setiap harinya ?</p> <p>2. Bagaimana penggunaan internet anda sehari-hari?</p> <p>3. Apa dampak yang dirasakan dari penggunaan internet di kehidupan anda?</p>	<p>Biasanya habis subuh mengakses internet sekitar 3 jam, setelah itu di tempat bekerja juga mengakses internet , kira-kira jika ditotal sekitar 10 jam seharinya.</p> <p>Untuk sehari-harinya bisanya menggunakan internet untuk membuka sosmed, serta membuka e banking ataupun online shop.</p> <p>Dampak dari internet di kehidupan adalah mempermudah pekerjaan, menambah informasi, efiesiensi waktu juga.</p>
2.	<p>4. Apakah anda membeli barang sesuai kebutuhan dan kegunaan?</p> <p>5. Bagaimana cara anda memilih prodak yang akan anda beli?</p> <p>6. Bagaimana cara anda menentukan mutu barang yang akan anda</p>	<p>Iya tentu saja dalam membeli barang akan menyesuaikan kebutuhan dan kegunaan.</p> <p>Ketika akan memilih prodak yang akan dibeli adalah dengan melihat kualitas barangnya kemudian baru melihat harganya.</p> <p>Dari segi kualitas barang yang akan dibeli yang menjadi hal utama adalah</p>

	<p>beli?</p> <p>7. Apakah faktor harga mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang ?</p> <p>8. Apakah anda tertarik membeli barang dengan adanya promosi atau iklan baik dimedia cetak maupun elektronik?</p> <p>9. Apakah faktor merk mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang?</p> <p>10. Apabila ada diskon ataupun bonus anda tertarik membeli barang tersebut?</p> <p>11. Apabila membeli suatu barang anda mengutamakan gengsi atau manfaat?</p>	<p>dilihat terlebih dahulu dalam menentukan mutu suatu barang yang akan dibeli.</p> <p>Tentu harga mempengaruhi dalam membeli suatu barang akan tetapi terkadang jika sedang membutuhkan barang tersebut tidak melihat harga, yang penting mendapatkan barang yang dibutuhkan.</p> <p>Selama tidak butuh barang tersebut tidak akan tertarik dengan promosi ataupun iklan yang ada di media cetakat ataupun elektronik.</p> <p>Bukan tipikal orang yang gila merk sebenarnya, akan tetapi jika barang yang bermerk tersebut bagus dan juga dibutuhkan akan membelinya.</p> <p>Kalau barang yang ada diskon dan bonus itu barang yang dimau beli tentu tertarik, apalagi barang yang akan dijual lagi ada diskon dan bonus tentu lumayan untungnya, kalau yang ada diskon barang yang tidak diinginkan tidak akan tertarik membelinya.</p>
	<p>12. Apakah motivasi mendominasi anda dalam membeli barang?</p> <p>13. Bagaimana anda menyikapi dalam membeli kebutuhan</p>	<p>Tentu saja mengutamakan manfaat daripada gengsi semata.</p> <p>Membeli barang yang benar-benar dibutuhkan atau membeli barang untuk dijual kembalali agar mendapatkan keuntungan.</p>

	<p>yang mana ekonomi menjadi alasan utama bahwa anda mampu membeli barang tersebut?</p> <p>14. Apakah budaya yang ada sekiling anda dapat mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang?</p> <p>15. Bagaimana keadaan kelompok sosial di sekitar anda dalam merespon daya beli anda?</p> <p>16. Bagaimana intensitas pengeluaran keluarga anda?</p>	<p>Bisa mengesampingkan membeli barang yang tidak perlu.</p> <p>Untuk budaya disekitar sendiri sedikit mempengaruhi ,apalagi ibu-ibu disekitar banyak yang hobi berbelanja, tapi masih bisa membatasi diri agar tidak ikut-ikutan.</p> <p>Respon dari kelompok terhadap daya beli beragam ada yang tidak peduli adapun yang tertarik dan bertanya tanya tentang dengan barang yang dibeli dari segi harga hingga kualitasnya. Ada juga menganggap sedikit boros karena sering membeli barang, padahal barang yang dibeli akan dijual kembali.</p> <p>Kalau untuk pribadi pengeluaran lumayan, apalagi yang sebagai penjual membutuhkan penguluaran yang banyak sebagai modal usaha.</p>
	<p>17. Penggunaan internet bukan lagi menjadi hal yang asing, khususnya diwilayah kebutuhan ekonomi, bagaimana pendapat anda mengenai hal tersebut?</p> <p>18. Apakah dengan adanya internet ini mempengaruhi</p>	<p>Setuju akan hal tersebut, karena dengan internet melakukan segala pekerjaan dengan mudah dan juga lancar, sehingga bisa mendapatkan keuntungan dari hal tersebut</p> <p>Lumayan, karena semenjak berjualan online dan juga menjadi agen mbanking, kebutuhan bertambah.</p> <p>Dengan internet memudahkan pekerjaan, bisa berjualan dan bisa</p>

	<p>kebutuhan ekonomi anda dalam membeli suatu barang?</p> <p>19. Apakah peran internet internet meningkatkan efektifitas dalam memenuhi kebutuhan ekonomi anda?</p> <p>20. Bagaimanadampak positif internet dalam mempengaruhi perilaku konsumtif anda?</p> <p>21. Bagaimana dampak negatif internet dalam mempengaruhi perilaku konsumtif anda?</p>	<p>bertransaksi lewat online dengan e wallet atau e banking.</p> <p>Dampak positifnya adalah bisa berbelanja barang yang banyak dionline shop kemudian menjualnya keorang-orang disekitar tinggal dan juga memudahkan pekerjaanya yang dimana pekerjaan juga membutuhkan internet untuk melakukannya</p> <p>Dampak negatifnya adalah terkadang kalap membeli barang online dan ternyata tidak sesuai dengan yang diinginkan, jadi membuang buang uang saja.</p>
--	--	---



4. Narasumber : Rama
 Jabatan : Warga desa Kaponan
 Tanggal : 17 Maret 2023

No.	Pertanyaan wawancara	Jawaban
1.	<p>1. Berapa lama intensitas penggunaan internet anda setiap harinya ?</p> <p>2. Bagaimana penggunaan internet anda sehari hari?</p> <p>3. Apa dampak yang dirasakan dari penggunaan internet di kehidupan anda?</p>	<p>Untuk setiap harinya menggunakan internet bisa sampai 12 jam tergantung waktu luang yang ada, akan tetapi pada saat hari libur bekerja intensitasnya bisa bertambah</p> <p>Biasanya dalam mengakses internet menggunakannya untuk membuka sosmed dan juga bermain game online.</p> <p>Dampak yang rasakan adalah memang lebih boros, karena harus membeli paket internet, dan juga harus top up dana untuk bermain game online</p>
2.	<p>4. Apakah anda membeli barang sesuai kebutuhan dan kegunaan?</p> <p>5. Bagaimana cara anda memilih prodak yang akan anda beli?</p> <p>6. Bagaimana cara anda menentukan mutu barang yang akan anda</p>	<p>kadang membeli hal-hal yang memang kurang berguna, contohnya membeli game online, akan tetapi membelinya untuk menyenangkan dan menghibur diri sendiri diwaktu luang.</p> <p>Kurang faham dalam memilih prodak, yang terpenting diinginkan maka akan membeli barang tersebut</p> <p>Barang yang bermutu adalah barang</p>

	<p>beli?</p> <p>7. Apakah faktor harga mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang ?</p> <p>8. Apakah anda tertarik membeli barang dengan adanya promosi atau iklan baik dimedia cetak maupun elektronik?</p> <p>9. Apakah faktor merk mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang?</p> <p>10. Apabila ada diskon ataupun bonus anda tertarik membeli barang tersebut?</p> <p>11. Apabila membeli suatu barang anda mengutamakan gengsi atau manfaat?</p>	<p>yang awet yang tidak gampang rusak saat dipakai.</p> <p>Tidak perduli dengan harga barang yang kan beli, yang terpenting mendapatkan barang yang diinginkan.</p> <p>Orangnya tidak mudah tertarik dengan mudah dengan adanya promosi dan juga iklan baik dimedia cetak maupun elektronik, membeli barang apabila ingin dan juga butuh dengan barang tersebut.</p> <p>Dari kecil tumbuh dikeluarga yang bisa dikatakan berkecukupan, jadi untuk membeli barang yang bermerk seperti yang banyak dimiliki orang-orang adalah hal yang wajar, dan pada dasarnya tidak terlalu tergiur dengan yang namanya diskon, apalagi notabennya laki-laki yang tidak terlalu suka belanja.</p> <p>Adakalanya membeli barang mengutamakan manfaat daripada gengsi, akan tetapi tidak bisa dipungkiri gengsi menguasai diri dan mendorong membeli suatu barang.</p>
	<p>12. Apakah motivasi mendominasi anda</p>	<p>Motivasi setiap memebeli suatu barang adalah ketika ingin mau dan</p>

	<p>dalam membeli barang?</p> <p>13. Bagaimana anda menyikapi dalam membeli kebutuhan yang mana ekonomi menjadi alasan utama bahwa anda mampu membeli barang tersebut?</p> <p>14. Apakah budaya yang ada sekiling anda dapat mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang?</p> <p>15. Bagaimana keadaan kelompok sosial di sekitar anda dalam merespon daya beli anda?</p> <p>16. Bagaimana intensitas pengeluaran keluarga anda?</p>	<p>juga membutuhkan barang tersebut maka akan membelinya. Ketika membeli kebutuhan.</p> <p>Untuk budaya disekitar sendiri tidak mempengaruhi dalam membeli suatu suatu barang Meskipun budaya di sekitar mungkin tidak mempengaruhi keputusan secara langsung, tetapi nilai-nilai budaya dan preferensi masyarakat di sekitar mungkin masih memengaruhi persepsi dan penilaian terhadap suatu produk atau jasa dan terkadang, keputusan konsumen bisa dipengaruhi oleh pengaruh tak sadar dari nilai dan norma budaya yang ada di lingkungan sekitar, meskipun tidak disadari secara sadar.</p> <p>Respon kelompok sosial disekitar saya adalah adanya respon negatif atas daya beli , misalnya saja adanya pertentangan dari kelompok sosial terutama keluarga apa yang akan dibeli, karena sering membeli sesuatu yang sebenarnya kurang berguna.</p> <p>Pengeluaran keluarga masih bisa dikatakan normal tidak terlalu banyak, akan tetapi kalau untuk diri sendiri pengeluaran lumayan walau</p>
--	--	--

		<p>hanya sekedar membeli game online.</p>
	<p>17. Penggunaan internet bukan lagi menjadi hal yang asing, khususnya diwilayah kebutuhan ekonomi, bagaimana pendapat anda mengenai hal tersebut?</p> <p>18. Apakah dengan adanya internet ini mempengaruhi kebutuhan ekonomi anda dalam membeli suatu barang?</p> <p>19. Apakah peran internet internet meningkatkan efektifitas dalam memenuhi kebutuhan ekonomi anda?</p> <p>20. Bagaimanadampak positif internet dalam mempengaruhi perilaku konsumtif anda?</p> <p>21. Bagaimana dampak negatif internet dalam mempengaruhi perilaku konsumtif anda?</p>	<p>Kalau internet bukan hal yang asing, karena semenjak kecil sudah mengenal yang namanya internet, akan tetapi untuk diwilayah kebutuhan ekonomi dirasa kurang setuju dengan hal tersebut, dengan mengakses internet malah kebutuhan bertambah tanpa adanya income dari mengakses internet yang dilakukan.</p> <p>Kalau mempengaruhi dalam membeli suatu barang tidak ya, karena biasanya membeli barang ketika keluar dan suka jadi akan membelinya atau memang pas membutuhkan barang tersebut.</p> <p>Kalau yang dirasakan dalam efektifitas dalam memenuhi kebutuhan tidak meningkat ya, karena notabennya menggunakan internet hanya untuk kesenangan dan menjadi hiburan bagi diri.</p> <p>Untuk dampak negatif internet adalah jika sudah bermain game online, sehingga lupa waktu dan waktu yang harusnya digunakan untuk istirahat digunakan hanya untuk bermain game online,</p>

		sehingga ketika bekerja mengantuk dan juga kurang bersemangat
--	--	---

5. Narasumber : Nisa
 Jabatan : Masyarakat Desa Kaponan
 Tanggal : 15 Maret 2023

No.	Pertanyaan wawancara	Jawaban
1.	<p>1. Berapa lama intensitas penggunaan internet anda setiap harinya ?</p> <p>2. Bagaimana penggunaan internet anda sehari hari?</p> <p>3. Apa dampak yang dirasakan dari penggunaan internet di kehidupan anda?</p>	<p>Kurang lebih 6 hingga 8 jam karena lebih banyak menghabiskan waktu disekolah.</p> <p>Bisanya menggunakan internet untuk sekedar bermain Game online, menonton drakor, sosmed atau bahkan berbelanja online.</p> <p>Dampak penggunaan internet itu sendiri adalah sekedar hanya untuk mengisi kekosongan dan kesepian yang dimana setelah sekolah dan merasa penat untuk mencari hiburan</p>
2.	<p>4. Apakah anda membeli barang sesuai kebutuhan dan kegunaan?</p> <p>5. Bagaimana cara anda memilih prodak yang akan anda beli?</p> <p>6. Bagaimana cara anda menentukan mutu barang</p>	<p>Kalau barang itu lucu dan juga menarik, maka akan membeli barang tersebut, tidak peduli barang tersebut manfaatnya apa dan benar-benar butuhkan atau tidak.</p> <p>Untuk memilih suatu prodak yang akan dibeli yaitu dengan cara melihat prodak itu sesuai atau tidak , nyaman</p>

	<p>yang akan anda beli?</p> <p>7. Apakah faktor harga mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang ?</p> <p>8. Apakah anda tertarik membeli barang dengan adanya promosi atau iklan baik dimedia cetak maupun elektronik?</p> <p>9. Apakah faktor merk mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang?</p> <p>10. Apabila ada diskon ataupun bonus anda tertarik membeli barang tersebut?</p> <p>11. Apabila membeli suatu barang anda mengutamakan gengsi atau manfaat?</p>	<p>atau tidak dan tentunya menarik keinginan membeli prodak tersebut. Mutu bisa dilihat dari kualitasnya bagus atau tidak, nyaman digunakan dan tentunya keawetan dari barang tersebut .</p> <p>iya kalau barangnya itu harganya murah akan tetapi barangnya kelihatan murahan maka tidak akan membeli atau juga sebaliknya.</p> <p>Disetiap membuka sosmed sering kali tertarik dengan iklan dan juga promosi misalnya saja baju yang dipromosikan dan diiklankan di media tiktok dan juga instragram</p> <p>Kalau untuk merk barang kadang bisa mempengaruhi dalam membeli suatu barang dengan merk tertentu, apalagi kalau sebagian teman mempunyai barang merk tertentu, tentu akan membeli merk tersebut, agar tidak tertinggal</p> <p>Tentu diskon dan juga bonus menjadi hal yang menarik perhatian sebagian besar wanita, akan tetapi kalau barangnya yang ada diskon ataupun bonusnya itu bukan barang yang disukai maka tidak tertarik.</p> <p>terkadang sering membeli suatu barang itu karena gengsi, walau begitu melihat isi dompet terlebih</p>
--	--	--

		dahulu, mampu membeli atau tidak
	<p>12. Apakah motivasi mendominasi anda dalam membeli barang?</p> <p>13. Bagaimana anda menyikapi dalam membeli kebutuhan yang mana ekonomi menjadi alasan utama bahwa anda mampu membeli barang tersebut?</p> <p>14. Apakah budaya yang ada sekiling anda dapat mempengaruhi anda dalam membeli suatu barang?</p> <p>15. Bagaimana keadaan kelompok sosial di sekitar anda dalam merespon daya beli anda?</p> <p>16. Bagaimana intensitas pengeluaran keluarga anda?</p>	<p>Untuk motivasi sendiri dalam membeli barang adalah tertarik dan juga suka, apalagi kalau teman banyak yang punya, maka akan ikut membelinya</p> <p>Jika mempunyai uang yang hanya membeli satu barang maka akan mendahulukan mama yang terpenting, jika mempunyai banyak uang, dan butuh satu barang yang mahal satu buah saja juga bisa.</p> <p>Bisa iya bisa tidak, tergantung, Kalau mampu membeli barang tersebut bisa saja terpengaruh, dan ikut membelinya, akan tetapi kalau tidak maka akan mengerem diri agar tidak membelinya.</p> <p>kelompok sosial disekitar kadang meragukan kemampuan dalam membeli suatu barang, apalagi yang hanya sebagai seorang siswa SMA, tapi biasanya membeli barang itu dari uang saku yang dikumpulkan baru membeli barang yang diinginkan</p> <p>Lumayan tinggi karena kebutuhan juga banyak yang harus dipenuhi dalam keluarga , dari biaya sekolah hingga kebuhan yang mungkin tdak</p>

		dikategorika kebutuhan yang sangat dibutuhkan atau dikatakan sebuah keinginan semata
	<p>17. Penggunaan internet bukan lagi menjadi hal yang asing, khususnya diwilayah kebutuhan ekonomi, bagaimana pendapat anda mengenai hal tersebut?</p> <p>18. Apakah dengan adanya internet ini mempengaruhi kebutuhan ekonomi anda dalam membeli suatu barang?</p> <p>19. Apakah peran internet internet meningkatkan efektifitas dalam memenuhi kebutuhan ekonomi anda?</p> <p>20. Bagaimanadampak positif internet dalam mempengaruhi perilaku konsumtif anda?</p> <p>21. Bagaimana dampak negatif internet dalam mempengaruhi perilaku konsumtif anda?</p>	<p>Ya bagi saya internet sangat diera saat ini semua orang mengenal dan juga menggunakannya dibidang ekonomi untuk berdagang online dan juga sebagainya.</p> <p>Internet sangat mempengaruhi dalam membeli barang, apalagi setelah menggunakan internet kebutuhan bertambah, saya tertarik melihat barang yang lucu dan juga cantik yang diiklankan dimedia online, pasti akan tergiur untuk membelinya, sehingga kadang tidak bisa membedakan antara kebutuhan dan juga keinginan</p> <p>Internet tidak mempengaruhi efektifitas saya dalam memenuhi kebutuhan ekonomi , karena penggunaan internet yang hanya begitu-gitu saja tanpa menghasilkan pemasukan guna memenuhi kebutuhan .</p> <p>Positifnya adalah bisa memuaskan diri, dengan cara memenuhi keinginan dengan cara berbelanja melalui onlineshop, yang dimana segala kebutuhan yang belum tentu</p>

		<p>ada disekitar di online shop ada.</p> <p>Untuk dampak negatifnya sendiri adalah dengan mengetahui hal-hal yang seharusnya tidak semestinya diketahui bahkan kadang tidak terbatas dan juga dengan seringnya melakukan transaksi jual beli online mengeluarkan uang yang lumayan menguras dompet. Bahkan kadang membeli barang yang tidak jelas manfaatnya dalam arti lain perilaku konsumtif meningkat semenjak menggunakan internet</p>
--	--	---



RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Aynahazakiya
2. Tempat, Tanggal, Lahir : Ponorogo, 27-09-1999
3. Alamat Rumah : Kaponan Mlarak Ponorogo
4. No.Hp : 082333832788
5. E-mail : aynahazakiya27@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SDN 1 Kaponan : (Tahun 2006-2012)
2. Mts AL-ISLAM Joresan : (Tahun 2012-2015)
3. SMK AL-ISLAM Joresan : (Tahun 2015-2018)

IAIN
P O N O R O G O