

**PENGARUH KEMUDAHAN *E-COMMERCE SHOPEE*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UIN
SUNAN AMPEL SURABAYA
(Dalam Tinjauan Teori McDonaldisasi George Ritzer)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos) dalam Bidang Sosiologi**



Oleh:

AINUN FAIZAH

NIM. I03216003

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JURUSAN SOSIOLOGI

JANUARI 2020

PERNYATAAN

PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Ainun Faizah

NIM : 103216003

Program Studi : Sosiologi

Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan *E-Commerce Shopee* Terhadap
Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapat gelar akademik manapun
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 14 Januari 2020

Yang menyatakan



Ainun Faizah
NIM: 103216003

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penelitian skripsi yang diteliti oleh:

Nama : Ainun Faizah
NIM : 103216003
Program Studi : Sosiologi

Yang berjudul: **Pengaruh Kemudahan *E-Commerce Shopee* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya (Dalam Tinjauan Teori *McDonaldisasi George Ritzer*)**, saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dalam bidang Sosiologi.

Surabaya, 14 Januari 2020

Pembimbing



Dr. Hj. Rr. Suhartini, M.Si
NIP: 195801131982032001

PENGESAHAN

Skripsi oleh Ainun Faizah dengan judul: "Pengaruh Kemudahan *E-Commerce Shopee* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya (Dalam Tinjauan Teori McDonaldisasi George Ritzer)" telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 14 Januari 2020.

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I

Dr. Hj. Rr. Suhartini, M.Si
NIP. 195801131982032001

Penguji II

Dr. Warsito, M.Si
NIP. 195902091991031001

Penguji III

Amin Tohari, M.Si
NIP. 01970070820000310045

Penguji IV

Muchammad Ismail, S.Sos, MA
NIP. 198005032009121003

Surabaya, 14 Januari 2020

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Dekan,



Prof. Akh. Nurzaki, Grad.Dip. SEA, M.Ag, M.Phil, Ph.D
NIP. 1979402091998031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ainun Faizah
NIM : I03216003
Fakultas/Jurusan : FISIP/ SOSIOLOGI
E-mail address : ainunfai05@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Pengaruh Kemudahan *E-commerce Shopee* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya (Dalam Tinjauan Teori McDonaldisasi George Ritzer)

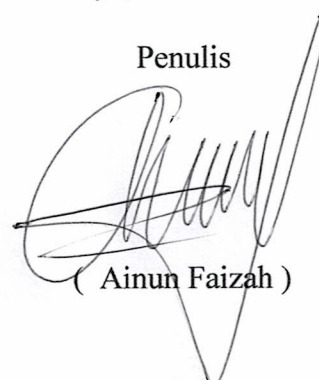
Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Januari 2020

Penulis


(Ainun Faizah)

pasan, maka masyarakat hanya perlu pergi ketempat-tempat yang menyediakan fasilitas free wifi tentunya hanya dengan membeli produk yang ditawarkan oleh tempat tersebut yang biasanya harganya lebih murah. Di banyak tempat berkumpul seperti cafe, restoran, warung kopi saat ini banyak juga ditemukan yang memberikan fasilitas pelayanan free wifi dimana hal itu tentu saja dapat menarik para konsumen untuk terus bisa terkoneksi pada jaringan internet. Saat ini internet bukan lagi kebutuhan tersier tetapi sudah masuk dalam kebutuhan primer, karena semua aktivitas manusia sebagian besar dibantu oleh adanya internet.

Gadget dan internet merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Baik tua maupun muda di era modern seperti sekarang *gadget* dan internet rasanya seperti separuh jiwa mereka. Kemudahan-kemudahan yang diberikan internet kepada para pengguna menjadikan masyarakat seperti kecanduan akan adanya internet terutama pada kaum milenial. Ditambah lagi internet dapat diakses kapan saja dan dimana saja, sehingga para kaum milenial dapat dengan bebas *menexplore* dengan apa yang mereka inginkan. Bukan hanya itu saja, dalam dunia pendidikan dan pekerjaan saat ini pun *gadget* dan internet merupakan sesuatu yang ikut berperan dalam menjalankan aktivitas, sehingga para pengguna merasa terbantu dengan adanya kemajuan teknologi saat ini.

Salah satu kemudahan yang dapat dirasakan dengan adanya internet adalah dapat memudahkan masyarakat untuk berbelanja apa saja yang diinginkan. Apalagi masyarakat menginginkan segala sesuatu hal yang

diperoleh secara instan hal ini dikarenakan mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam kegiatan sehari-hari, sehingga masyarakat lebih memilih sesuatu yang praktis dan efisien dalam mencari sesuatu.

Dengan adanya fenomena yang terjadi saat ini banyak bermunculan berbagai penyedia layanan yang dapat membantu masyarakat dalam memenuhi apa yang diinginkan masyarakat tersebut. Bisnis online merupakan peluang untuk masyarakat agar dapat mengembangkan bisnisnya yang sudah ada atau baru ingin memulai merintis bisnis yang akan dilakukannya. Saat ini penjualan tidak lagi hanya di toko saja akan tetapi sudah merambah ke internet. Internet menjadi ajang berbisnis yang dianggap mudah, praktis dan efisien karena penjual hanya perlu paketan data untuk mengupload barang-barang dagangannya dan tidak perlu lagi mempunyai tempat untuk berdagang. Bukan hanya itu saja, dengan meningkatnya pengguna internet dan sosial media maka peluang dalam berbisnis online menjadi lebih mudah di lakukan bahkan berpotensi memiliki penghasilan yang cukup menjanjikan. Meskipun potensi dalam berbisnis online sangat menggiurkan, namun proses dan tantangan dalam berbisnis online juga mempunyai resiko.

Kepraktisan serta kemudahan-kemudahan yang ditawarkan ketika berbelanja online membuat masyarakat menjadi ketagihan. Dimana ketika berbelanja online pembeli hanya cukup memilih gambar barang atau jasa yang diinginkannya. Setelah memilih, pembeli membaca spesifikasi serta

deskripsi produk pada caption yang telah di cantumkan oleh penjual, sehingga pembeli tidak perlu lagi untuk pergi keluar rumah, atau kantor karena berbelanja dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun tanpa menghabiskan banyak tenaga dan waktu.

Saat ini bisnis online makin banyak dilirik oleh masyarakat, ada banyak sekali macam bisnis online salah satunya yang paling populer adalah *E-Commerce*. *E-commerce* merupakan jual-beli jasa atau barang secara online dengan memanfaatkan jaringan internet. Banyaknya pengguna *E-Commerce* baik sebagai penjual maupun pembeli karena keunggulan *E-Commerce* yang mampu bertransaksi kapan saja, diakses dari manapun, serta dapat menghemat biaya. Bertransaksi melalui *E-Commerce* juga semakin mudah karena didukung dengan cara pembayaran yang dapat dilakukan melalui kartu kredit, transfer antar bank, *e-money*, online banking, gerai supermarket bahkan ada juga *E-Commerce* yang menyediakan cara pembayaran COD (*Cash On Delivery*).

Saat ini banyak sekali *E-Commerce* yang dapat ditemui oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, contohnya seperti Tokopedia, Buka Lapak, Shopee, JD.ID, OLX, Lazada, dan masih banyak lagi. Setiap perusahaan memiliki kelebihan masing-masing yang akan ditawarkan kepada konsumen. Semakin menarik, mudah dan menguntungkan bagi konsumen, maka akan banyak konsumen yang tertarik dengan penawaran perusahaan tersebut dan tentunya juga akan menguntungkan bagi perusahaan. Dengan adanya kemudahan-kemudahan yang diberikan akan

membeli produk tersebut. Apalagi di jaman yang serba canggih seperti saat ini, adanya internet memudahkan masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan apa yang diinginkannya hal ini dapat berpengaruh terhadap sifat konsumtif pada masyarakat era digital. Membeli tidak lagi dilakukan karena produk yang dibelinya merupakan produk yang dibutuhkan. Karena keinginan dan pengaruh dari tawaran kemudahan serta promo yang diberikan, menjadikan masyarakat kurang mempertimbangkan apakah produk yang dibelinya sudah sesuai dengan kebutuhannya atau hanya sekedar keinginannya saja.

Peningkatan transaksi menggunakan *e-commerce* oleh perusahaan merupakan indikasi bahwa manajemen memiliki komitmen terhadap pemanfaatan cara baru. Atau lebih tepat digambarkan sebagai suatu komitmen untuk memanfaatkan *e-commerce* di dalam pengembangan perusahaan. Selama ini, sistem penjualan yang digunakan oleh perusahaan hanya bersifat manual dan secara tertulis, yang tidak jarang cenderung menyesatkan. Dengan adanya layanan jasa *e-commerce* yang dapat secara cepat dapat dinikmati oleh pelanggan maupun perusahaan sendiri, maka segala layanan yang diinginkan oleh para konsumen dapat segera ditindak lanjutidengan secepat mungkin, sehingga perusahaan tersebut akan mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan tercepat bagi para pelanggan.

Shopee merupakan *E-Commerce* yang menyediakan berbagai macam produk sehari-hari seperti *fashion, gadget, make up*, peralatan rumah tangga, otomotif, makanan dan minuman, perlengkapan pesta, hobi, vitamin

dan suplemen dan lain sebagainya. Hampir semua yang dibutuhkan ada dalam *Shopee*, dan harga yang diberikan lebih murah dibandingkan harga yang ada di toko *Offline*. Kelebihan yang dimiliki *Shopee* selanjutnya adalah *Shopee* dilengkapi dengan fitur *live chat* hal ini tentu saja dapat memudahkan penjual dan pembeli berkomunikasi dalam mencari produk yang diinginkan oleh konsumen. Dan untuk melengkapi kemudahan calon konsumen, *Shopee* juga dapat didownload secara gratis pada *smartphone* dan juga dapat di akses melalui web resmi *Shopee*. Bukan hanya itu saja setiap bulannya *Shopee* memberikan *voucher* menarik bagi para konsumen seperti *voucher* gratis ongkir, *voucher cashback*, *flash sale* yang harganya bisa jadi jauh lebih murah dari harga yang sebenarnya. Hal ini dilakukan agar masyarakat lebih tertarik untuk berbelanja serta menghabiskan uangnya di *Shopee*.

Akan tetapi, disisi lain penawaran-penawaran yang diberikan oleh *Shopee* juga bisa menjadi ancaman bagi kaum milenial karena kaum milenial merasa sangat dimudahkan dan diberi keuntungan sehingga mereka berlomba-lomba membeli barang untuk memenuhi hasrat keinginannya saja. Misalnya pada *event flash sale* yang harganya lebih murah dari harga aslinya, kaum milenial merasa terlena oleh harga yang diberikan sehingga meskipun sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan mereka rela menghabiskan uangnya. Selain *flash sale*, penawaran yang dianggap tidak kalah menariknya adalah *voucher* gratis ongkir. Pada online *shop* biasa meskipun berbelanja banyak, konsumen akan tetap dikenakan

ongkos kirim sesuai jauh dekatnya ke lokasi pengiriman, akan tetapi di *Shopee* menawarkan *voucher* gratis ongkir dengan minimal pembelian yang ditentukan oleh seller. Dengan begitu konsumen akan terbius dengan penawaran yang diberikan sehingga konsumen dapat membeli barang yang diinginkan hanya agar tidak terkena ongkos kirim.

Dengan banyaknya kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh *Shopee* tentunya akan membuat masyarakat menemukan cara alternatif untuk dapat berbelanja banyak dengan mudah dan dengan harga yang murah. Dan tentunya dengan harga yang relatif murah tersebut membuat para masyarakat era digital bersikap boros. Karena mereka berfikir dengan harga produk yang murah mereka dapat membeli berbagai macam barang yang diinginkan dan saat mereka berada pada lingkungan sosialnya mereka berharap agar dapat di akui dan di anggap.

Hal ini pula yang membuat para pelajar termasuk mahasiswa dan mahasiswi untuk membeli produk atau jasa secara online. Karena mereka merasa bahwa berbelanja online merupakan jalan alternatif yang dapat memudahkan mereka mendapatkan produk atau jasa yang mereka butuhkan. Cara berbelanja yang praktis, efisien, instan dan juga simple membuat para mahasiswa dan mahasiswi tertarik. Bagi mereka yang khawatir dengan adanya penipuan, mereka bisa berbelanja dengan menggunakan sistem pembayaran COD (*Cash On Delivery*) dimana pembeli akan merasa aman karena mereka membayar produk ketika barang sudah diterima.

dengan instrumen pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teori yang digunakan teori perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan teori budaya konsumtif yang dikemukakan oleh Jean P.Baudrillard.

Penelitian yang *kedua* dilakukan oleh Ulfa Yunita Ningrum (2011) yang berjudul *Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Pakaian Distro Ditinjau dari Konformitas pada Siswi SMK Abdi Negara Muntilan*.⁶ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk pakaian distro dan faktor apa yang melatarbelakangi munculnya perilaku konsumtif pada siswi di SMK Abdi Negara Muntilan. Hasil penelitian ini peneliti adalah adanya pembelian yang tidak terencana, pembeli tidak rasional dan pemborosan. Sedangkan faktor-faktor munculnya perilaku konsumtif yaitu faktor internal yang meliputi faktor psikologis dan faktor pribadi serta faktor eksternal yang meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan keluarga. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teori yang digunakan adalah teori perilaku konsumtif oleh Philip Kotler.

Penelitian yang *ketiga* dilakukan oleh Galih Ika Pratiwi (2015) dengan judul *Perilaku Konsumtif dan Bentuk Gaya Hidup (Studi*

⁶ Ulfa Yunita Ningrum, *Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Pakaian Distro Ditinjau dari Konformitas pada Siswi SMK Abdi Negara Muntilan*(Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2011)

Table 1 Perbandingan perbedaan penelitian terdahulu

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Perilaku Konsumtif Dalam Berbusana di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek Q Krapyak Yogyakarta	Penelitian terdahulu yang di tulis oleh Noor Arifah Mazivah memiliki persamaan dengan penelitian saat ini yaitu mengambil tema tentang perilaku konsumtif	Penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif
			Teori yang digunakan menggunakan teori perilaku konsumtif dari Philip Kotler dan juga teori budaya konsumtif dari Jean P.Baudillard
2.	Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Pakaian Distro Ditinjau dari Konformitas pada Siswi SMK Abdi Negara Muntilan	Penelitian terdahulu memiliki kesamaan dengan penelitian saat ini karena sama-sama mengambil tema perilaku konsumtif	Penelitian terdahulu karya Ulfa Yunita Ningrum berbeda dengan penelitian saat ini karena penelitian terdahulu menggunakan
		Metode penelitian yang digunakan pada penelitian terdahulu sama yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif	teori perilaku konsumtif oleh Philip Kotler
3.	Perilaku Konsumtif dan Bentuk Gaya Hidup (Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Motor Bike of Kawasaki Riders Club (BKRC) Chapter Malang)	Penelitian karya Galih Ika Pratiwi memiliki kesamaan yaitu samasam mengambil tema perilaku konsumtif	Metode penelitian yang digunakan pada penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif dengan
		Teknik pengumpulan dengan cara wawancara, observasi.	pendekatan fenomenologi Teori yang digunakan yaitu teori masyarakat konsumsi oleh Jean P. Baudrillard

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian skripsi ini yang berjudul “Pengaruh kemudahan *E-Commerce Shopee* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya” memiliki persamaan dan perbedaan dengan 3(tiga) penelitian terdahulu. Pada penelitian skripsi saya membahas mengenai apakah dengan adanya kemudahan-kemudahan serta promosi yang ditawarkan oleh *E-*

Commerce Shopee menjadikan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya berperilaku konsumtif atau tidak. Karena saat ini merupakan era digital dimana masyarakat khususnya mahasiswa menuntut untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkannya haruslah praktis efisien dan juga instan. Mahasiswa menganggap segala aktivitas yang didapatkannya di kampus menjadi faktor penghambat mahasiswa untuk berbelanja produk yang mereka inginkan.

Shopee hadir bertujuan untuk membantu segala kebutuhan yang dibutuhkan. *Shopee* dapat diakses kapan saja dan dimana saja. meskipun mahasiswa menghabiskan waktunya seharian dikampus dan baru menyelesaikan aktivitas pekerjaan kampus larut malam, *Shopee* tetap bisa di akses. Selain itu banyak juga kemudahan-kemudahan lain yang di tawarkan oleh *Shopee*. Sehingga pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dan dengan menggunakan teori McDonalidisasi yang dikemukakan oleh George Ritzer, karena peneliti menggap bahwa penelitian ini relevan untuk mengkaji penelitian ini.

B. Kerangka Teori

1. Kemudahan *E-Commerce*

E-Commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service providers* dan pedagang perantara

kemudahan ini padahal *Shopee* sudah tiga tahun berdiri dan tidak pernah menghapus layanan bebas biaya ongkos bagi pelanggannya. Hal ini disebabkan karena *Shopee* memiliki mitra logistik dan pembiayaan dari institusi perbankan dengan menjalin kerja sama yang telah lama dibangun. Hal ini disebabkan karena *Shopee* telah dipercaya oleh mitra-mitra dengan bisnis model yang ditawarkan. Inilah yang menjaga layanan *free* ongkir tetap ada dan menjadi favorit pembeli. Layanan gratis ongkir ini menjadi primadona bagi pengguna, karena mereka menganggap dengan adanya gratis ongkir maka uang yang mereka keluarkan tidak terlalu banyak. Tetapi untuk menikmati layanan gratis ongkir syarat yang harus dilakukan adalah pengguna harus berbelanja minimal 90.000.

Contoh: si A membeli barang seharga 90.000, dengan ongkir Jakarta Surabaya sebesar 17.000 total belanja dan ongkir sebesar 107.000. Akan tetapi karena si A berbelanja senilai 90.000 maka dia bisa mendapatkan subsidi ongkir sebesar 20.000. Sehingga si A hanya membayar sebesar 90.000 saja.

Layanan gratis ongkir ini tidak sepenuhnya gratis akan tetapi hanya subsidi ongkir 20.000 untuk semua pengguna. Apabila ongkir yang dikenakan lebih dari 20.000 maka jumlah ongkir yang sebenarnya dipotong 20.000, sisa dari jumlah ongkir tetap dibayar beserta harga barang yang akan di beli.

Metode pembayaran yang seringkali dilakukan oleh pembeli ketika ingin melakukan transaksi berbelanja online. Keluhan tersebut adalah karena pembeli merasa disulitkan dengan sistem yang mengharuskan pembayaran melalui bank atau pun ATM, padahal tidak semua pembeli tau cara melakukannya dan juga tidak semua pembeli memiliki ATM. Sehingga *Shopee* memiliki terobosan bahwa pembayaran tidak hanya dilakukan melalui bank atau ATM saja, akan tetapi juga dapat dilakukan melalui gerai minimarket seperti Indomart, Alfamart, Alfamidi yang dapat dijangkau oleh pembeli.

Bukan hanya itu saja, maraknya penjualan melalui online juga menjadikan banyak peluang oknum-oknum nakal melakukan penipuan. Mereka memiliki akun berjualan dengan mengupload barang-barang yang mereka tawarkan dengan harga yang sudah mereka tetapkan. Ketika ada pembeli ingin melakukan transaksi maka oknum tersebut akan menggiring pembeli untuk melakukan pembayaran transfer ke rekening yang oknum tersebut miliki. Ketika pembeli sudah melakukan transaksi dan uang sudah masuk ke rekening. Maka oknum tersebut akan menghilang dan tidak mengirimkan orderan yang pembeli inginkan. Tentu saja hal ini akan merugikan pembeli dan tentu saja akan menguntungkan para oknum.

Surabaya sangat relevan bila peneliti kaitkan menggunakan teori McDonaldisasi yang dikemukakan oleh George Ritzer. McDonaldisasi membuat pola pikir manusia menjadi serba instan. Manusia seakan enggan untuk berinteraksi sosial. Kemajuan teknologi saat ini membuat masyarakat terlena dan terjebak dalam “sangkar besi” yang mengurung rasionalitas masyarakat tersebut.

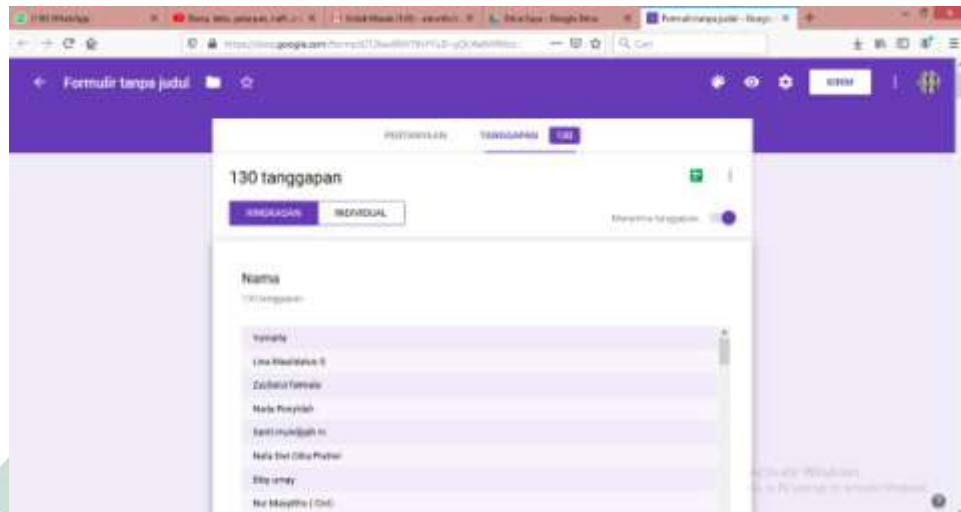
Begitu pula dengan berbelanja, berbelanja saat ini tidak harus mengeluarkan energi banyak untuk pergi keluar rumah membuat masyarakat tidak berdaya dan terus menerus mengkonsumsi produk yang ditawarkan. Mereka tidak sadar bahwa berbelanja online yang mereka anggap rasional sebenarnya tidaklah rasional. Mereka menganggap rasional sebab berbelanja melalui online tidak menghabiskan banyak uang, waktu, dan tenaga. Tetapi secara tidak sadar dengan adanya kemudahan-kemudahan ini masyarakat akan lebih suka berbelanja, tentu saja uang yang dikeluarkannya pun lebih banyak juga.

Sejak adanya *e-commerce*, masyarakat mulai memilih untuk berada di depan gadget selama berjam-jam untuk mengakses agar dapat berbelanja pada *e-commerce* tersebut tanpa memikirkan apa sesuatu yang dibelinya tersebut merupakan suatu kebutuhan atau hanya sekedar keinginan saja. Masyarakat menjadi lebih tidak terkontrol dan terus menerus menguras keuangannya hanya demi mengejar suatu keinginannya saja.

E-Commerce Shopee merupakan salah satu situs online terbesar di Indonesia yang menonjolkan rasionalitas belanja. Sistem yang dianggap rasionalitas, secara tidak sadar sebenarnya menjadi sistem yang irrasional. Memang kemudahan yang ditawarkan benar-benar memberikan kemudahan, akan tetapi kemudahan tersebut akan menjadikan konsumen memiliki sifat pemalas tetapi konsumen rela menghabiskan uangnya untuk membeli produk-produk yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Ketika konsumen memiliki sifat seperti itu maka mereka akan terbiasa untuk melakukan perilaku konsumtif yang sifatnya pemborosan.

Rasionalitas di sini mengacu pada proses standardisasi terhadap pola kehidupan sehari-hari untuk membuatnya menjadi lebih efisien, sebagaimana manajemen di sebuah restoran cepat saji McDonald. Sehingga pada penelitian ini sangat relevan jika peneliti memilih teori McDonalisasi yang dikemukakan oleh George Ritzer karena *E-Commerce Shopee* juga memiliki konsep untuk membuat masyarakat dimudahkan untuk berbelanja barang yang diinginkan tanpa mengeluarkan tenaga dan waktu yang lebih dan harga yang ditawarkan pada *Shopee* pun lebih murah daripada harga di mall-mall.

melalui Whatsapp. Setelah itu peneliti meminta bantuan ke teman-teman untuk menyebarkan kea kun media sosial masing-masing. Dengan begitu peneliti lebih cepat mendapatkan responden untuk mengkaji penelitian ini.



Gambar 1. Google Form

Responden yang peneliti dapatkan melalui google form sebanyak 130 responden.



Gambar 2. Penyebaran Angket Melalui Face to Face



Gambar 4. E-Commerce Shopee



Gambar 5. E-Commerce Shopee

F. Tehnik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari, dan menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat

nyaman sebagai tempat tinggal para mahasiswa. Apabila mahasiswa tidak ingin tinggal di pondok pesantren. Disekitar UIN Sunan Ampel Surabaya juga dikelilingi kos-kosan yang dapat di sewa sebagai tempat tinggal para mahasiswa.



Gambar 6. UIN Sunan Ampel Surabaya

Sejarah dari berdirinya UIN Sunan Ampel Surabaya ini berawal pada akhir tahun 1950. Beberapa masyarakat muslim di Jawa Timur mempunyai gagasan untuk mendirikan Universitas berbasis agama Islam yang berada di bawah naungan Departemen Agama. Untuk mengajukan usulan tersebut maka dilaksanakanlah pertemuan pada tahun 1961 di Jombang, didalammana Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yaitu Profesor Soenarjo datang sebagai narasumber pada pertemuan tersebut untuk menyampaikan pokok-pokok pikiran yang diperlukan sebagai landasan berdirinya Perguruan Tinggi Agama Islam yang dimaksud. Dalam sesi terakhir pada pertemuan tersebut, forum mengesahkan beberapa keputusan penting, yaitu:

- 1) Membentuk Panitia Pendirian IAIN

- 1) Prof. H. Tengku Ismail Ya'qub, SH, MA (1965-1972)
- 2) Prof. KH. Syafii A. Karim (1972-1974)
- 3) Drs. Marsekan Fatawi (1975-1987)
- 4) Prof. Dr. Bisri Affandi, MA (1987-1992)
- 5) Drs. KH. Abd. Jabbar Adlan (1992-2000)
- 6) Prof. Dr. HM. Ridlwan Nasir, MA (2000-2008)
- 7) Prof. Dr. H. Nur Syam, M.Si (2009-2012)
- 8) Prof. Dr. H. Abd A'la, M.Ag (2012-2018)
- 9) Prof. Masdar Hilmy, S.Ag., MA, Ph.D (2018-sekarang)

UIN Sunan Ampel Surabaya saat ini telah memiliki 9 fakultas sarjana dan pascasarjana, serta 44 program studi yang terdiri dari 33 program sarjana, 8 program magister, dan 3 doktor, yang tersebar sebagai berikut:

- | | | |
|---|---|---|
| <p>1. Fakultas Adab dan Humaniora (FAH)</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Prodi Bahasa dan Sastra Arab b. Prodi Sejarah dan Kebudayaan Islam c. Prodi Sastra Inggris <p>2. Fakultas Dakwah dan Keramahan (FDK)</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Prodi Ilmu Komunikasi b. Prodi Komunikasi Penyiaran Islam c. Prodi Pengembangan Masyarakat Islam d. Prodi Bimbingan Konseling Islam e. Prodi Manajemen Dakwah <p>3. Fakultas Syariah dan Hukum</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Prodi Alwal al-Syahidjah (Hukum Keluarga Islam) b. Prodi Syariah Jazayah (Hukum Tata Negara dan Hukum Pidana Islam) c. Prodi Muamalah (Hukum Bisnis Islam) <p>4. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Prodi Pendidikan Agama Islam b. Prodi Pendidikan Bahasa Arab c. Prodi Manajemen Pendidikan Islam d. Prodi pendidikan Matematika e. Prodi Pendidikan Bahasa Inggris f. Prodi Pendidikan Guru Madrasah dan Tadrisyah g. Prodi Pendidikan Resolusi Konflik | <p>5. Fakultas Ushulul-Din dan Fiqah</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Prodi Ushul Fiqah b. Prodi Pembaharuan Agama c. Prodi Fiqah d. Prodi Shafii <p>6. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Prodi Ilmu Politik b. Prodi Hubungan Internasional c. Prodi Sosiologi <p>7. Fakultas Ilmu dan Teknologi</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Prodi Ilmu Komputer b. Prodi Matematika c. Prodi Teknik Lingkungan d. Prodi Biologi e. Prodi Teknik Asuransi f. Prodi Sistem Informasi g. Prodi Psikologi <p>8. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Prodi Ekonomi Syariah b. Prodi Ilmu Ekonomi c. Prodi Statistik d. Prodi Manajemen | <p>9. Pascasarjana (S2/Magister)</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Prodi Pendidikan Agama Islam b. Prodi Pendidikan Bahasa Arab c. Prodi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir d. Prodi Studi Ilmu Hadis e. Prodi Hukum Tata Negara (Syariah) f. Prodi Ekonomi Syariah g. Prodi Filsafat Agama h. Prodi Komunikasi Penyiaran Islam <p>10. (S3/Doktor)</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Prodi Pendidikan Islam b. Prodi Dirasah Islamiyah c. Prodi Tata Negara (Syariah) |
|---|---|---|

2. Gratis ongkir menjadi pertimbangan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam berbelanja di *E-Commerce Shopee*
3. *Cashback* yang ditawarkan oleh *Shopee* memberikan keuntungan kepada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya ketika berbelanja
4. *Cashback* merupakan sesuatu hal yang penting ketika Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya berbelanja online
5. Metode pembayaran memudahkan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam bertransaksi
6. Metode pembayaran yang ditawarkan *Shopee* aman untuk para konsumen
7. Menurut Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya cara pemasaran seperti *flashsale* menjadi daya tarik untuk berbelanja menggunakan *Shopee*
8. Harga *flashsale* lebih murah menjadikan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya tertarik membeli produk *flashsale*
9. Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya selama sebulan tidak pasti berbelanja melalui *E-Commerce Shopee* karena tidak selalu tertarik dengan model atau produk yang baru
10. Adanya kemudahan yang diberikan oleh *E-Commerce Shopee* kadang-kadang menjadikan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya menjadi lebih suka berbelanja
11. Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya selalu membeli produk melalui *E-Commerce Shopee* sudah sesuai dengan kebutuhan

