KEHIDUPAN PEMBELI BARANG *ONLINE SHOP* DI KALANGAN MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL SURABAYA DALAM PERSPEKTIF KONTRUKSI SOSIAL PETER L BERGER

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 :

TUTUK ANDRIANI ILA FAJRIA

NIM. I03214009

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JURUSAN ILMU SOSIAL

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

JANUARI 2018

PERNYATAAN
PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: Tutuk Andriani Ila Fajria
NIM	: I03214009
Program Studi	: Sosiologi
Judul Skripsi	: Kehidupan Pembeli Barang *Online Shop* di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam Perspektif Kontruksi Sosial Peter L Berger.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan mana pun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan 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 2017
Yang

METERAI TEMPEL
TGL. 20
29773AEF888668666
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Tutuk Andriani Ila Fajria
NIM: I03214009

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Tutuk Andriani Ila Fajria

NIM : I03214009

Program Studi : Sosiologi

yang berjudul: **"Kehidupan Pembeli Barang *Online Shop* di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam Perspektif Kontruksi Sosial Peter L Berger",** saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dalam bidang Sosiologi.

Surabaya, 2 Januari 2017

Pembimbing

Husnul Muttaqien, S.Sos.M.SI

NIP. 19780120 200604 1 003

PENGESAHAN

Skripsi oleh Tutuk Andriani Ila Fajria dengan judul: **"kehidupan Pembeli Barang *Online Shop* di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam Perspektif Kontruksi Sosial Peter L Berger"** telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 30 Januari 2018.

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I

Husnul Muttaqin, S.Sos, M.S.I
NIP. 197801202006041003

Penguji II

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

Penguji III

Amal Taufiq, S.Pd., M.Si
NIP. 197008021997021001

Penguji IV

Noor Rohman, MA
NIP. 198510192015031001

Surabaya, 30 Januari 2018

Mengesahkan,
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan

Prof. Akh. Muzakki, M.Ag., Grad. Dip. SEA, M.Phil, Ph.D.
NIP. 197402091998031002

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 : Tutuk Andrisni Ila Fajria
NIM : I03214009
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Sosiologi
E-mail address : Andrianifajriya08@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☐ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Kehidupan Pembeli Barang Online Shop di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam Perspektif Kontruksi Sosial Peter L Berger

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif 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, 18 Februari 2018

Penulis

(Tutuk Andriani Ila Fajriya)

ABSTRAK

Tutuk Andriani Ila Fajria, 2018, *Kehidupan Pembeli Barang Online Shop di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya***.** Skripsi Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: *Kehidupan, Pembeli, Online Shop.*

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini yakni mengenai bagaimana pembeli *online shop* khususnya dikalangan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya terkait dengan apa yang menjadi motif dan perubahan gaya hidup yang seperti apa dikalangan mahasiswa serta lingkungan luar kampus. Dengan rumusan masalah yang didapat Bagaimana kehidupan mahasiswa pembeli barang *online shop* di UIN Sunan Ampel Surabaya

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam melihat fenomena yang terjadi pada kehidupan pembeli barang *online shop* di kalangan mahasiswa UIN Sunan Ampel dengan teori Konstruksi Sosial Peter. L Berger.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa; (1)*Online shop* memberikan kemudahan dalam memenuhi gaya hidup mahasiswa. (2) Motif meliputi ikut-ikutan teman, ingin selalu update barang terbaru, penampilan gambar lebih bagus, lebih murah, cari untung, menghemat waktu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI iii
MOTTO iv
PERSEMBAHAN v
PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI vi
ABSTRAK vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii

BAB I : PENDAHULUAN 1
A. LatarBelakang masalah 1
B. Rumusan Masalah 12
C. Tujuan Penelitian 12
D. Manfaat Penelitian 13
E. Definisi Konseptual 14
H. Sistematika Pembahasan 18

BAB II: KEHIDUPAN PEMBELI BARANG *ONLINE SHOP* DALAM PRESPEKTIF KONSTRUKSI SOSIAL PETER L BERGER 21
A. Penelitian Terdahulu 21
B. Trend Belanja *Online* di Kalangan Mahasiswa 24
C. Kehidupan Pembeli Barang *Online Shop* dalam Perspektif Kontruksi Sosial Peter L Berger 30

BAB III : METODE PENELITIAN 37
A. Jenis Penelitian 37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 39
C. Pemilihan Subyek Penelitian 40
D. Tahap-Tahap Penelitian 42
E. Teknik Pengumpulan Data 45
F. Teknik Analisis Data 47
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 48

BAB IV : KEHIDUPAN PEMBELI BARANG *ONLINE SHOP* DI KALANGAN MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL SURABAYA 50
A. Unversitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 50
B. Kehidupan Pembeli Barang *Online Shop* Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya 62

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Kehidupan Pembeli Barang *Online Shop* di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya : Tinjauan Teori Konstruksi Peter L Berger 79

BAB V : PENUTUP 85
A. Kesimpulan 85
B. Saran..... 87

DAFTAR PUSTAKA 88

LAMPIRAN-LAMPIRAN
Pedoman Wawancara
Dokumen lain yang relevan
Jadwal Penelitian
Surat Keterangan (bukti melakukan penelitian)
Biodata Peneliti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi komunikasi yang semakin maju dan berkembang menumbuhkan berbagai pengaruh bagi penggunanya.Teknologi bagai bermata dua yang memberikan kelebihan dan kekurangan.Teknologi adalah perencanaan, pengembangan, implementasi, dukungan atau manajemen sistem informasi berbasis komputer, khusunya aplikasi perangkat lunak dan perangkat keras komputer. Teknologi perencanaan adalah bahan utama dalam kemampuan untuk menawarkan pelanggan tentang suatu nilai yang tinggi yang berbasis pada teknologi yang saat ini berkembang. Teknologi pengembangan adalah inovasi-inovasi dari para ahli untuk membantu manusia semakin memudahkan proses pekerjaan dan menyelesaikan masalah.

Teknologi implementasi adalah penggunaan alat berbasis teknologi dalam melakukan kegiatan sehari-hari untuk mempermudah suatu proses pekerjaan yang menghasilkan lebih rapi, bersih, dan efesiensi waktu. Teknologi manajemen sistem informasi berbasis komputer adalah perangkat keras yang menjadi pusat kendali suatu alat serta menyimpan berbagai data untuk evaluasi dan kemajuan cara kerja suatu perusahaan, dan bisa juga untuk pengembangan suatu data untuk menjadi lebih baik dan membuahkan hasil yang memuaskan. Teknologi informasi memanfaatkan komputer elektronik dan perangkat lunak, komputer untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengubah, menyimpan, melindungi, memproses, mentransmisikan, dan memperoleh informasi secara aman.[1]

Tujuan Teknologi Informasi adalah untuk memecah masalah, membuka kreativitas, dan meningkatkan efektifitas efesensi dalam melakukan pekerjaan. Fungsi Teknologi Informasi diantaranya menangkap, mengolah, menghasilkan, menyimpan, mencari kembali, dan transmisi.[2]Dalam perkembangan teknologi saat ini mempunyai banyak fungsi yang pertama ialah untuk menangkap banyak hal dalam bentuk gambar dan video, bisa juga untuk mengakap informasi yang saat ini sedang berkembang, dengan fungsi itu teknologi akan sangat membantu manusia dalam kehidupan sehari-harinya dalam mengolah gambar dan video atau pun nformasi yang sudah di tangkap (didapat) oleh teknologi itu sendiri. Fungsi selanjutnya ialah mengolah informasi baik itu dalam bentuk gambar atau video yang sudah di dapat untuk menjadi sebuah acuan ketika akan melakukan aktivitas sehari-hari, karena perkembangan informasi dan teknologi sangat mempengaruhi kegiatan masyarakat saat ini. Fungsi yang ketiga yakni mengahsilkan informasi dalam bentuk video atau gambar untuk dijadikan bahan jual beli yang mana dalam hal ini erat kaitannya dengan pertumbuhan ekonomi masyarakat saat ini. Fungsi yang keempat yakni menyimpan setiap informasi atau berita baik dalam bentuk gambar atau video dalam kehdupan sehar-sehari sebagai album atau kenang-kenang setiap tumbuh kembang manusia ataupun badan usaha. Fungsi yang kelima ialah mencari kembali setiap moment yang sudah tersimpan rapi untuk di lihat kembali atau pun untuk mencari kembali berita atau nformasi yang sudah

[1]Sutarman,*Pengantar Teknologi Informasi (*Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 13
[2]Sutarman,*Pengantar Teknologi Informasi (*Jakarta: Bumi Aksara. 2009), 18-19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pernah dibaca untuk dijadikan bahan acuan dalam melakukan suatu pekerjaan. Fungsi yang terakhir atau yang keenam ialah transmisi kegiatan manusia dari dunia nyata menuju dunia maya atau dunia global untuk menghubungkan setiap orang yang sedang terpisah jarak jauh atau tidak bertatap muka agar tetap berhubungan, serta transmisi menuju ke masyarakat modern atau masyarakat global yang melek teknologi. Dunia memang selalu berubah dan teknologi globalisasi adalah dunia yang terhubung (*connected world*) seolah tanpa ada batasnya; atau meminjam istilahnya McLuhan sebagai *global village*[3].Masyarakat dituntut untuk lebih mampu memanfaatkan teknologi sesuai dengan fungsinya.Internet merupakan bentuk perkembangan teknologi yang saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian kalangan.Perubahan zaman yang mengharuskan pengetahuan teknologi dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh semua pihak.

Dalam kehidupan sehari-hari orang begitu sering membicarakan soal teknologi juga, orang tak mungkin tidak berurusan dengan hasil-hasil dari teknologi. Setiap hari orang melihat, mempergunakan, dan bahkan kadang merusak teknologi itu sendiri. Indonesia merupakan Negara berkembang dan sebagian masyarakatnya yang sudah mampu mengakses teknologi secara mudah dan memiliki konsumsi yang tinggi. Teknologi dan ilmu pengetahuan yang berkembang diera yang serba modern ini memberikan kemudahan bagi masyarakat. Keuntungan penerapan teknologi informasi bagi masyarakat yakni. Pertama, kecepatan komputer atau gadget dapat mengerjakan sesuatu perhitungan

[3]FakihMansour, *Runtuhnya Teori Pembangunan dan Globalisasi* (Yogyakarta: Insist Press dan Pustaka Pelajar, 2006)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang kompleks dalam hitungan detik, sangat cepat, jauh lebih cepat dari yang dapat dikerjakan oleh manusia. Kedua, konsistensi hasil pengolahan lebih konsisten tidak ber ubah-ubah karena formatnya (bentuknya) sudah standar, walaupun dilakukan berulanng kali, sedangkan manusia sulit menhasilkan yang persis sama. Ketiga, ketepatan komputer tidak hanya cepat, tetapi juga lebih akurat dan tepat (presisi). Komputer dapat mendeteksi suatu perbedaan yang sangat kecil, yang tidak dapat diliat dengan kemampuan manusia, dan juga dapat melakukan perhitungan yang sulit. Keempat, keandalan apa yang dihasilkan lebih dapat dipercaya dibandingkan dengan dilakukan oleh manusia. Kesalahan yang terjadi lebih kecil kemungkinannya jika menggunakan komputer.[4]

Perubahan teknologi komunikasi yang sangat cepat dan mengglobal telah memberikan efek secara signifikan. Hampir seluruh masyarakat bermain internet dengan lihai.Melalui internet mereka mendapatkan apa yang mungkin tidak mereka dapatkan didunia nyata.Perubahan tersebut menjadikan masyarakat kedalam kehidupan yang semakin konsumtif[5].Kecanggihan internet adalah alasan utama mereka menggunakan internet untuk mempermudah segala aktifitasnya.Dapat di akses dimana saja dengan memanfaatkan fasilitas pribadi.Misalnya handphone, Ipad, Laptop atau bahkan layanan wifi yang dapat ditentukan dan digunakan oleh siapa saja adalah keunggulan internet.

Melalui internet masyarakat dapat memperoleh informasi dengan mudah, salah satu masyarakat yang sangat memanfaatkan adanya internet yaitu

[4]Sutarman,*Pengantar Teknologi Informasi (*Jakarta: Bumi Aksara, 2009) 19
[5] Nanang Martono, *Sosiologi Perubahan Sosial* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012) 79

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mahasiswa.Jaringan sosial internet juga dapat mempengaruhi tingkat kebutuhan mahasiswa dalam kehidupannya.Kewajiban sebagai mahasiswa ialah belajar dan menuntut ilmu.Perubahan lingkungan sosial juga tatanan kehidupan, mahasiswa mengubah pola hidupnya. Berbagai cara dilakukan mahasiswa untuk tetap eksis di lingkungannya mulai dari pemilihan cara belajar, memilih teman, cara berpenampilan, cara memilih hiburan hingga cara mereka mengekspresikan kreativitas. Mahasiswa mengekspresikan dirinya dengan mencari informasi terkait dengan tatanan kehidupannya dengan menggunakan teknologi internet. Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan dalam gaya hidup mahasiswa. Internet mengenalkan berbagai informasi mulai dari jejaring sosial, berita, video, foto hingga kebutuhan pokok lainnya seperti kebutuhan sandang pangan,dan papan yang mana mereka bisa melakukan aktivitas berbelanja di dalam internet.

Mahasiswa adalah bagian masyarakat yang sangat dekat dengan persoalan akses informasi dan dunia internet, bukan hanya karena tuntutan keilmuan yang mengharuskan mahasiswa untuk selalu mencari informasi terbaru, tetapi juga persoalan tentang berbagai kebutuhan mendasar sebagai manusia di era teknologi.Penggunaan internet sebagai salah satu akses informasi dalam melancarkan aktivitas mahasiswa.Internet digunakan sebagai penghubung ilmu dan mempermudah mahasiswa untuk mengakses berbagai kebutuhan yang berhubungan dengan keilmuan.Internet juga digunakan instansi dan mahasiswa untuk menyelesaikan bentuk administrasif, pengurusan mata kuliah, pengurusan nilai juga hal hal yang berkaitan dengan akademis kemahasiswaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kondisi lingkungan yang mendukung mahasiswa untuk mengakses berbagai bentuk inovasi atau perubahan yang ada dilingkungan sekitar akibat adanya internet.Internet memberikan beragam fasilitas yang sangat memudahkan penggunanya untuk mengakses beragam informasi yang diinginkan sehingga para pengguna internet dimanjakan oleh beragam fasilitas tersebut.Beragam fasilitas yang disajikan oleh internet yang salah satunya ialah belanja *online* dengan begitu memberikan warna baru dalam segi belanja.Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi telah merubah pola pikir mahasiswa dalam berbelanja, dimana dalam pemenuhan kebutuhannya mahasiswa tidak perlu susah payah bertransaksi secara tatap muka yang memerlukan waktu yang lama, mahasiswa dimudahkan dengan adanya *online shop*.Dimana transaksi jual beli dapat dilakukan lewat media internet.

Mahasiswa tidak perlu keluar rumah, mengantri, bersusah payah untuk membeli barang yang mereka butuhkan, terutama mahasiswa yang kegiatan sehari-harinya berorganisasi dan mempunyai kesibukan lain. Dengan adanya *online shop* mereka bisa membeli tanpa harus menyita waktu untuk berbelanja, cukup dengan klik gadget dan transfer uang maka beberapa hari kemudian barang sampai ditangan.

Online shop atau yang biasa disebut toko *online* adalah salah satu aktivitas jual beli secara *online* yang terhubung dengan internet dan berkembang seiring dengan munculnya media sosial yang ada dimasyarakat. *Online shop* memudahkan individu mencari produk dan membeli produk yang diinginkan tanpa harus membuang banyak waktu dan tenaga untuk pergi ke toko atau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

departement store. Hal ini dilakukan oleh *online shop* dengan cara membuat katalog produk ataupun membuat grup-grup tertentu serta mengunggah gambar dan keterangannya baik di facebook, *blackberry messenger*, *whatsapp* dan lainnya. Keberadaan internet mampu memudahkan pemasaran produk yang dijual oleh suplier ataupun produsen.Selain itu, suplier yang menjual produknya dalam bentuk grosir sangat mudah mendapatkan reseller dengan bantuan promosi *online*.Penjual tidak lagi harus banyak berbicara dan aktif beriklan karena adanya internet menjadikan pembeli dan reseller yang mencari mereka.Akses internet memudahkan seseorang yang ingin berbelanja *online* untuk mencari barang yang dia inginkan dengan mudah dan cepat. Selain itu, pembeli juga dengan mudah memilih *online* shop mana yang akan dia pilih yang sesuai harga dan sistem pembeliannya. *Online shop* adalah salah satu fasilitas yang disajikan internet yang memberikan berbagai kemudahan. Kemudahan yang disajikan dalam berbelanja yaitu efisiensi waktu, tanpa harus bertatap muka pelanggan bisa membeli barang yang diinginkan, ataukah demikian dengan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memilih cara belanja ini.

Keuntungan berbelanja *online shop*beraneka ragambagi sebagian besar masyarakat jika ditinjau berdasarkan pihak yang diuntungkan, seperti diuraikan berikut ini.[6]

[6]Sutarman,*Pengantar Teknologi Informasi (*Jakarta: Bumi Aksara.,2009) 211-212

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Untuk Organisasi

1) Memperluas pasar perusahaan ke pasar nasional, bukan internasional.

2) Memungkinkan perusahaan untuk memperoleh barang atau layanan dari perusahaan lain secara cepat dengan biaya yang minimal.

3) Mempersingkat atau mengurangi jalur distribusi pasar (*marketing distribution channel).* Barang menjadi lebih murah dan keuntungan menjadi lebih tinggi.

4) Dapat mengurangi inventori barang dengan memfaslitasi *pull-type supply chain management.* Ini memungkinkan modifikasi produk dan mengurangi biaya infentori.

b. Untuk Pelanggan.

1) Memberikan konsumen lebih banyak pilihan

2) Memungkinkan lelang secara elektronik.

3) Memberikan informasi yang relevan dalam hitungan detik

c. Untuk Masyarakat.

1) Memungkinkan tiap individu bekerja dirumah dan mengurangi mobilitas sehingga mengurangi kepadatan jalan raya, polusi udara.

2) Memungkinkan barang-barang dijual dengan harga yang rendah sehingga meningkatkan taraf hidup masyrakat.

3) Memfasilitasi pemberian pelayanan umum, hal ini mengurangi biaya distribusi dan kesempatan terjadinya penipuan, serta meningkatkan layanan kualitas sosial, kerja polisi, layanan kesehatan, dan pendidikan.

Perubahan cara belaanja dengan menggunakan *online shop* sedikit banyak menggeser nilai sosial yang semula jika bertransaksi dipasar menggunakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi secara verbal dalam bertransaksi, sebaliknya jika berbelanja melalui *online shop* proses bertransaksinya hanya melalui jaringan internet tanpa bertatap muka sehingga tidak adanya proses tawar menawar atau berkomunikasi verbal. *Online shop* ternyata telah membawa nuansa budaya dan nilai yang mempengaruhi selera dan gaya hidup mahasiswa. Hampir sebagian besar mahasiswa UIN Sunan Ampel menyambut baik kehadiran teknologi ini, tetapi tidak sedikit pula yang kesusahan dengan teknologi canggih ini. Sambutan baik ini di buktikan dengan semakin banyaknya mahasiswa yang suka menggunakan *online shop* sebagai sarana dalam membeli barang-barang yang di inginkan Mahasiswa UIN Sunan Ampel sudah mulai masuk dalam dalam suatu kondisi di mana selalu ingin memiliki sesuatu yang terbaru atau yang sedang tren hanya untuk kepentingan rasa gengsi yang timbul semata.

Kondisi ini menyebabkan sedikit banyak perubahan yang terjadi di kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya karena fasilitas dan sarana yang ada di sekitar mereka untuk mengakses internet, setiap hari mahasiswa UIN Sunan Ampel menggunakan *gadget* mereka untuk melakukan berbabagai kegiatan mulai makan hingga dalam kondisi belajar di kelas, ketika makan mahasiswa akan mengeluarkan *gadget* mereka untuk sekadar memfoto makanan lalu diunggah di media sosial mereka untuk *update status* dan setelah itu mereka akan terbuai dengan berita-berita yang ada di media sosial hingga obrolan pun terjadi dan banyak membahas tentang apa yang terjadi di media sosial tersebut. Ketka di dalam kelas pun sama mahasiswa akan menggunakan *gadget* mereka untuk browsing mata kuliah ataupun untuk foto, *update status*, dan juga mendengarkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

musik atau melihat video yang ada di aplikasi dalam *gadget* mereka.Perubahan paling banyak terjadi ialah dari segi *fashion* dimana hal ini selalu harus di *update*setiap saat. Sebagan besar Mahasiswa UIN akan selalu melihat trend *fashion* yang lagi berkembang pada saat ini untuk menunjang penampilan mereka baik didalam atau pun luar kampus, dengan seperti itu mahasiswa merasa lebih percaya diri karena mereka mengikuti apa yang saat ini berkembang.

Jika sudah demikian online shop menjadi ujung dari obrolan dan pencarian mahasiswa ketika mereka menggunakan gadget untuk membuka media sosial. Dengan berbelanja di *online shop* mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya tidak akan ketinggalanmodel *fashion* yang sedang *trend* sekarang. Dan di lihat lagi banyak mahasiswa UIN Sunan Ampel yang memilih berbelanja kebutuhan khususnya *fashion* di *online shop*. Seperti contoh situs *online shop* yang sering di buka mahasiswa ialah *lazada, bli-bli-buka lapak, shoope, dan toko pedia.* Bukan hanya situs *online* media sosial seperti *instagram, bbm, facebook, whatsApp* dari kedua hal tersebut mahasiswa sering membeli berbagai macam kebutuhan mulai dari makanan ringan, aksesoris, token listrik, hingga barang elektronik lainnya.

Dengan kemajuan teknologi dan fasilitas yang ada di kampus mahasiswa akan sangat mudah mengakses internet untuk membuka situs *online* dan media sosial dalam mereka melakuka aktivitas jual beli *online*. Namun mereka lebih sering membuka *online shop* yang sudah mempunyai nama dan sudah sering menjadi langganan banyak mahasiswa, barang yang dijual di situs *online shop* sangat beragam dan hampir semua kebutuhan mahasiswa ada didalamnya, jika di media sosial *instagram*masih yang nomer satu dalam aktivitas jual beli barang *online* di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kalangan mahsiswa khussunya *fashion*. Karena *instagram* sendri menjadi sebuah aplikasi yang wajib ada di setap gadget mahasiswa disamping untuk membeli produk *fashion*, *instagram* juga dijadikan tempat untuk memajang barang yang sudah dibeli di *onlne shop*

Seperti contoh aksesoris, mereka membeli di *online shop* karena berbagai macam bentuk dan motifnya jarang ada di toko atau mall disekitar mereka tinggal. Meskipun harga yang ditawarkan lebih tinggi di *online shop* dan ada biaya tambahan yaitu ongkos kirim, mereka tetap membeli barang tersebut. Itulah mengapa belanja *online* lebih digemari dikalangan sebagian mahasiswa, daripada membeli secara langsung tetapi tidak sesuai dengan keinginan mereka.

Bagi sebagian besar mahasiswa yang membeli barang di *online shop* akan ada rasa kepuasan tersendiri karena mereka menggunakan barang yang tidak di jual disembarang tempat (*limited edition),* bukan hanya rasa puas tetapi akan menambah rasa percaya diri mereka ketika tampil di khalayak ramai baik itu di dalam lingkungan kampus ataupu luar kampus. Untuk sebuah hasil itulah mengapa sebagian besar mahasiswa rela mengeluarkan *budget* dalam urusan penampilan. Lain halnya ketika mereka membeli sebuah alat eletronik mereka akan mencari harga termurah atau bahkan bisa mereka cicil, untuk ini mereka akan memantau dan mencari dengan teliti apa kelebihan dan kekurangan dari alat eletronik tersebut. Untuk sebuah perbandingan mereka akan membuka banyak *online shop,* baik itu harga, model, hingga warna sekalipun mereka akan sangat seksama memilih karena kembali lagi pada rasa puas itu sendiri.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagi sebagian mahasiswa membeli di *online shop* menjadi suatu kebiasaan yang harus mereka lakukan karena menghemat waktu dan juga proses transaksi yang mudah. Jadi *online shop* seakan menjadi surga pagi para pecinta *fashion* di kalangan mahasiswa UIN Sunan Ampeluntuk pemenuhan kebutuhan, karena berbagai barang yang di tawarkan sangat banyak dan plihaan juga beragam serta yang paling utama ialah harga yang di tawarkan cocok untuk kantong mahasiswa.

Karena melhat antusias dan budaya baru yang ada di UIN sunan ampel maka peneltian di lakukan untuk melihat bagaimana pembeli *online shop* khususnya dikalangan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya terkait dengan apa yang menjadi motif dan perubahan gaya hidup yang seperti apa dikalangan mahasiswa serta lingkungan luar kampus. Hal lain yang menarik dalam peneltian ini ialah bagaimana kehidupan sehari-hari mahasiswa yang sering berbelanja di *online shop* dengan*brand-brand* yang melekat di tubuh mereka serta rasa puas yang bagaimana yang dicari oleh sebagian dari mereka ketika membeli barang *online* tersebut. Mengingat kembali bahwa kampus ini ada unsur Islam, dengan status itu apakah sebagain dari mahasiswa yang membeli barang *online* akan tetap menjaga dan mentaati apa yang sudah menajdi peraturan baik dari agama dan kampus sendiri.

B. Rumusan Masalah

Melihat latar belakang diatas peneliti menyimpulkan rumusan masalah sebaga berikut : Bagaimana kehidupan mahasiswa pembeli barang *online shop* di UIN Sunan Ampel Surabaya ?

C. Tujuan Penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Untuk mengetahui gaya hidup mahasiswa UINSA pembeli barang *online shop*.
2. Untuk mengetahui motif mahasiswa UINSA berbelanja *online shop*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan berdaya guna sebagai berikut :

1. Secara Akademis
   a. Secara akademis penelitian ini diharapkan mampu menambah khasanah, keilmuan dalam bidang Sosiologi khususnya, sosiologi budaya dan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan program studi Ilmu Sosiologi.
   b. Penelitian ini diharapkan dapat menjad acuan dan referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Secara Praktis
   a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan menambah wawasan bagi pembaca baik dari kalangan akademis maupun masyarakat umum tentang kehidupan pembeli barang *onlne shop* dikalangan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.
   b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi tempat penelitian tersebut dan diharapkan berguna sebagai masukan tentang kehidupan mahasiswa pembeli barang *online shop.*
   c. Bagi peneliti lain hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan informasi mengenai budaya populer yang saat ini menjadi budaya yang *trend* untuk dijadikan sebuah bahan kajian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Definisi Konseptual

Dalam pembahasan ini perlulah kiranya peneliti membatasi sejumlah konsep yang diajukan dalam penelitian dengan juduL "KEHIDUPAN BERBELANJA *ONLINE SHOP* DIKALANGAN MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL SURABAYA" Adapun definisi konsep dari penelitian ini antara lain:

1. Kehidupan

Menurut peneliti pada dasarnya setiap manusia merupakan satu kesatuan. Selama kita hidup dalam dimensi sosial masyarakat tidak bisa lepas dari manusia yang merupakan mahluk sosial dikarenakan manusia tidak bisa hidup tanpa berhubungan dengan manusia yang lain, bahkan untuk urusan sekecil apapun kita tetap membutuhkan orang lain untuk membantu kita dalam menyelesaikannya. Tetapi jika kita lihat kehidupan masyarakat saat ini mereka lebih memilih berinteraksi atau berkomunkasi melalui teknologi dijejaring media sosial daripada bertatap muka langsung. Teknologi sekarang ini, menyajikan berbagai wahana untuk mempercepat komunikasi antar individu. Masyarakat berkomunikasi dimedia sosial diantaranya menggunakan: *Bbm, facebook, twitter, instagram. whatsApp.*

Tidak hanya masyarakat saja yang memanfaatkan atau menggunakan media sosial untuk berinteraksi. Mahasiswa adalah salah satu individu yang sangat memanfaatkan media sosial saat ini. Di era modern sekarang ini hampir sebagian mahasiswa sangat bergantung pada dunia maya termasuk juga cara berbelanja mahasiswa lebih memilih berbelanja di *online shop* daripada terjun langsung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kelapangan (pasar atau toko). Karena menurut mahasiswa berbelanja di*online shop* bisa meningkatkan eksistensi dan popularitas mereka di lingkungan kelas.

Kemudahan yang ditawarkan oleh *online shop* membuat sebagian mahasiswa merasa nyaman dan kecanduan untuk berbelanja *online.* Belanja *online* dinilai lebih praktis dan cepat untuk memperoleh barang-barang yang diinginkan. Karena kepraktisan inilah, membuat sebagian mahasiswa berprilaku boros. Tetapi dengan keborosan mereka, ada sebagian mahasiswa yang merasa bangga karena produk atau barang yang mereka beli di *online* jarang ada atau bahkan tidak ada d pasaran atau *mall.* Oleh karena itu sebagian kehidupan mahasiswa sekarang ini, lebih mengacu untuk berbelanja *online* tanpa harus bersusah payah mencar barang yang mereka inginkan.

2. Pembeli atau Konsumen

Memperoleh sesuatu melalui penukaran (pembayaran) dengan uang[7]. Konsumen dibedakan menjadi dua yaitu konsumen atau pembeli barang untuk dirinya sendiri atau untuk diproduksi lagi dan dijual. Yang pertama konsumen ialah konsumen untuk dirinya sendiri, barang yang sudah dbeli akan dipergunakan secara pribadi untuk kegiatan sehari-hari guna menunjang moblitas dalam suatu pekerjaan konsumen itu sendiri. Selanjutnya konsumen untuk diproduksi atau dijual lagi, barang atau bahan yang telah dibeli oleh konsumen akan diolah kembali (diproduksi) untuk menjadi barang yang lebih baru dan model lain dari awal barang yang sudah dibeli, pada konsumen ini kreatvitas menjadi hal yang

[7]Google Privasy Policy, httpd://kkbi.web.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sangat mendasar untuk dapat menjadikan barang lebih bagus baik dari segi tampilan hingga kegunaan dalam kegiatan sehari-hari, selanjutanya ialah konsumen yang membeli barang untuk dijual lagi bisa dikatakan sebagai tengkulak barang atau produk disini faktor pengolahan atau management dalam memutarkan roda uang akan sangat mempengaruhi karena jika salah hitungan sedikit saja akan berakibat fatal bagi perekonomian konsumen itu sendiri.

Bukan hanya sebagai penikmat barang atau jasa, konsumen mempunyai hak dan kewajiban sebagai berikut :

Hak Konsumen

1) Hak manusia karena kodratnya, yakni hak yang kita peroleh begitu kita lahir,seperti hak untuk hidup dan hak untuk bernafas. Hak ini tidak boleh diganggu gugat oleh negara, dan bahkan negara wajin menjamin pemenuhannya.
2) Hak yang lahir dari hukum, yaitu hak yang diberikan oleh negara pada warga negaranya. Hak ini juga sebagai hak hukum.
3) Hak yang lahir dari hubungan kontaktual, hak ini didasarkan pada perjanjian atau kontrak antara orang yang satu dengan yang lain. Contohnya pada peristiwa jual beli, hak pembeli adalah menerma barang. Sedangkan hak penjual menerima uang[8].

Kewajiban Konsumen

[8]Janus Sidabalok,*Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*(Bandung:Citra Aditya Bakti, 2006)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan jasa demi keamanan dan keselamatan.
2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa
3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati.
4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut[9].

3. *Online shop*

Pengertian *Online Shoping* adalah sebuah media yang memungkinkan *custome*r membeli barang atau jasa secara langsung dari *seller* dengan media internet menggunakan *web browser*.Dengan adanya *online shop* kita sebagai pembeli bisa belanja berbagai macam kebutuhan tanpa harus bertatap muka dengan penjual[10]. Secara sederhana *online shop* dapat di pahami sebagai proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain lain dari seorang penjual secara interaktif dan *real-time* tanpa suatu media perantara melalui Internet. Melalui belanja lewat Internet seorang pembeli bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang akan ia beli melalui web yang dipromosikan oleh penjual. Kegiatan belanja online ini merupakan bentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan secara terpisah dari dan ke seluruh dunia melalui media notebook, komputer, ataupun handphone yang tersambung dengan layanan akses Internet. Belanja online adalah salah satu bentuk perdagangan elektronik yang digunakan

[9]Undang-Undang Perlindungan Konsumen
[10] http://www.hermantolle.com/class/docs/online-shopping diakses pada tanggal 09Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk kegiatan transaksi penjual ke penjual ataupun penjual ke konsumen Secara bahasa Indonesia berarti toko online atau toko yang tidak membutuhkan lapak atau tempat unutk berjualan cukup dengan internet semua aman terkendali mulai distribusihingga sampai ke tangan konsumen.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam memberikan gambaran umum mengenai isi penelitian yang akan dilakukan ini, perlu dikemukakan garis besar sistematika pembahasan. Sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini peneliti memberikan gambaran tentang latar belakang masalah yang akan di teliti. Selanjutya, peneliti menentukan Fokus Penelitian atau Rumusan Masalah dan menyertakan Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Konseptual, dan Sistematika Pembahasan

BAB II :KEHIDUPAN PEMBELI BARANG *ONLNE SHOP* DALAM PERSPEKTIF KONSTRUKSI SOSIAL PETER L BEREGER

Dalam bab ini, peneliti memberikan gambaran tentang penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Serta peneliti memberikan gambaran tentang kajian pustaka yang di arahkan pada penyajian informasi terkait yang mendukung gambaran umum tema penelitian, kajian pustaka harus digambarkan dengan jelas. Disamping itu juga harus memperhatikan relevansi teori yang akan digunakan dalam menganalisis masalah yang akan dipergunakan guna adanya implementasi judul

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian**Kehidupan Pembeli Barang *Online Shop*di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya**.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, peneliti memberikan gambaran tentang metode penelitian yang di gunakan secara jelas, yaitu kegiatan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di lapangan, yang memuat apa yang benar-benar peneliti lakukan di lapangan.

BAB IV :KEHIDUPAN PEMBELI BARANG *ONLNE SHOP* DI KALANGAN MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

Dalam bab ini, peneliti memberikan gambaran tentang data-data yang telah di analisis dan di sajikan. Selanjutnya peneliti akan menganalisa dengan menggunakan teori-teori yang relevan dengan tema penelitian. Peneliti juga memberikan gambaran tentang data-data yang di peroleh, baik data primer maupun data sekunder. Penyajian data akan di buat secara tertulis dan juga di sertakan gambar-gambar atau tabel yang mendukung data. Dan selanjutnya, akan di lakukan analisa data dengan menggunakan teori yang sesuai, yaitu *Kehidupan Pembeli Barang Online shop di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.*

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini, peneliti akan memberikan kesimpulan dari setiap permasalahan dalam penelitian. Kesimpulan ini menjadi hal terpenting pada bab penutup ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain itu, peneliti juga memberikan rekomendasi kepada para pembaca laporan penelitian ini. Pada bab ini, menyertakan saran dan rekomendasi kepada para pembaca.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KEHIDUPAN PEMBELI BARANG*ONLINE SHOP* DALAM PERSPEKTIF KONSTRUKSI SOSIAL PETER LBEREGER

A. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan bisnis *online shop*ialah jurnal penelitian dari Ariestya Ayu Permata dengan judul "Pemanfaatan Meda Sosial Untuk Jual Beli *Online* di Kalangan Mahasiswa Fisip Universitas Airlangga Surabaya melalui *Instagram*"

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan mediasosial (instagram) untuk sarana berbelanja online di kalangan mahasiswa FISIP UniversitasAirlangga Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskripstif denganteknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposif sampling. Populasi sampelsebanyak 2842 mahasiswa dari 7 jurusan angkatan 2012 sampai dengan 2015, sedangkansampel yang digunakan sebanyak 100 mahasiswa. Data dikumpulkan dengan menggunakankuisioner. Hasil dari analisis ini menunjukkan akan kebiasaan mahasiswa memanfaatkaninstagram untuk berbelanja online.

Dari penelitian di atas terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara lain :

Persamaan: sama-sama membahas berbelanja *online shop*pada generasi penerus bangsa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perbedaan : jika dilihat dengan penelitian ini ada beberapa perbedaan focus masalah yang dibahas dalam penelitian tersebut lebih mengacu pada pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai sarana belanja *online* dikalangan mahasiswa FISIP Unair. Sedangkan penelitian ini lebih focus pada kehidupan dan gaya hidup mahasiswi UINSA.

Yang kedua penelitian dari Zainal Umam mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik jurusan Sosiologi dengan Judul " Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya "

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian kali ini dua yakni bagaimana gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Dan faktor-faktor penyebab gaya hidup konsumtif mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Dari hasil penelitian di temukan bahwa: (a) Dari pergaulan, kebanyakandari mereka dalam memilih teman lebih mementingkan status dari pada hubunganuntuk membangun sebuah persaudaraan (ukhuwah islamiyah), sehingga terjadi kesenjangan sosial di antara kelompok pertemanan tersebut. (b) Dalam memanfaatkan waktu-waktu istirahat maupun hari libur kampus, banyak juga mahasiswa yang terlihat nongkrong di pusat-pusat perbelanjaan dari pada memanfaatkan waktu mereka untuk belajar.

Dari penelitian di atas terdapat bebrapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini antara lain:

Persamaan: sama-sama membahas tentang gaya hidup mahasiswa UINSA.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perbedaan: jika dilihat dari sistematika pembahasan. Penelitian ini lebih fokus kepada gaya hidup komsumtif mahasiswa penjual barang *online shop* di UIN Sunan Ampel. Sedangkan penelitian saya lebih fokus terhadap kehidupan pembeli barang*online shop*di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Yang ketiga penelitian dari Chacha Andira Sari mahasiswa fisip Universitas Airlangga dengan judul **"**Perilaku Belanja *Online shop* dan Kontrol Diri Mahasiswa Belitung di Yogyakarta Tahun 2016**"**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya kemudahan dalam belanja *online* sehingga mahasiswa sulit mengatur keinginan untuk terus belanja *online*.Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perilaku belanja *online* mahasiswa Belitung di Yogyakarta dan mengetahui hubungan antara perilaku belanja *online* dan kontrol diri mahasiswa.Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif.Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta tahun 2016 sebanyak 211 mahasiswa.Penentuan sampel menggunakan teknik s*imple random sampling*. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku belanja *online* mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta tahun 2016 dengan nilai korelasi sebesar -0,462 dengan signifikansi p = 0,00 (<0,05), maka Ha diterima. Koefisien determinasi sebesar 21,3%, menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel cukup kuat

Persamaan : sama sama membahas tentang mahasiswi berbelanja *online shop*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perbedaan : jika dilihat dari sistematika pembahasan peneliti lebih fokus kepada prilaku dan persoalan persoalan yang dihadapi oleh mahasiswa ketika berbelanja *online shop* dari segi metode penelitian juga terdapat perbedaan antara penelitian kuantitatf dan kualitatif.

B. Trend Belanja *Online* di Kalangan Mahasiswa

Menurut penelitimahasiswa di era modern sekarang ini hampir sebagian, sangat bergantung pada dunia maya termasuk juga cara berbelanja mahasiswa lebih memilih berbelanja di *online shop* daripada terjun langsung kelapangan (pasar atau toko). Karena menurut mahasiswa berbelanja di *online shop* bisa meningkatkan eksistensi dan popularitas mereka di lingkungan kelas.

Jika dikaitkan dengan kehidupan mahasiswa dizaman sekarang tidak dapat dipisahkan dengan teknologi yang mana itu bagaikan dua mata uang yang tidak dapat dipisahkan. Menurut mereka barang-barang berteknologi sudah menjadi darah daging bagi mereka ditambah dengan keseharian, dilihat dari tampilan dan dandanan mahasiswa yang sekarang selalu memperhatikan gaya busananya ketika memasuki wilayah kampus. Tak jarang mereka menyiapkan anggaran khusus untuk keperluan dalam hal belanja, selain itu mahasiswi sering berbelanja diluar kebutuhan dan hanya mementingkan kepuasan semata, dengan mengeluarkan uang dengan tidak logis. Mereka selalu ingin tampil beda dari teman-teman lainnya, salah satunya berpakaian dan berdandan mereka tidak lagi memperdulikan biaya yang dikeluarkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Melihat kehidupan seperti itu bisa dikatakan kelas menengah–produk modern, selain menuntut ilmu dikampus mereka juga "*fashion show*" dengan pakaian yang mereka kenakan pastinya keluaran terbaru. Setiap mahasiswa berlomba-lomba untuk membeli barang terbaru yang ada dsitus *online shop*agar tidak kalah dengan teman-teman yang lainnya, karena merekan ingin tampil semenarik mungkin.

Dengan kehidupan yang seperti itu, maka mahasiswa akan terus menggantungkan gaya berbelanja dengan menggunakan *online shop*. Karena bagi mereka suatu kemudahan tanpa harus datang ketempat atau toko penjual.Mereka hanya menggunakan media sosial yang ada di *gadget* mereka. Perubahan cara berbelanja menggunakan *online shop* sedikit banyak telah menggeser nilai sosial yang semula berinteraksi di pasar menggunakan komunikasi secara verbal dalam berinteraksi, sebaliknya berbelanja melalui *online shop* proses bertransaksi hanya melalui jaringan internet tanpa bertatap muka sehingga tidak ada proses tawar menawar secara verbal. *Online shop*sama halnya dengan pasar tradisional atau modern yang ada didunia nyata, namun perbedaanya adalah pada cara bertransaksi atau jual belinya menggunakan internet. Para pengguna jasa jual beli online ini dapat dengan mudah melhat pilihan barang dengan mudah dan harga yang akan dibelinya. Keunggulan pembelian secara online ini prosesnya dapat dengan mudah dilakukan dengan membuka web-web *online shop* dengan sambungan internet.

Dengan semakin banyaknya berbagai situs jual beli*onlne shop* maka akan semakin banyak pula konsumen yang mememilh untuk membeli barang atau kebutuhan lainnya di *onlne shop* baik itu kebutuhan sehari-hari hingga kebutuhan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk membayar tagihan listrik,air dan tagihan lainnya seperti di ketahui bersama kini situs *online shop*tidak hanya menyediakan barang saja dengan perubahan yang seperti itu akan semakn banyak pula orang yang membuka situs *online shop* bukan hanya mahasiswa bisa merambah kepada pekerja hingga ibu-ibu rumah tangga.

Pola kehidupan yang seperti sekarang ini sedikit banyak mengaruskan orang-orang untuk membeli atau membuka situs *online shop* begitu juga dengan mahasiswa yang tidak bisa lepas dari *gadget* mereka. Konsumsi barang melalui jasa *online shop* bagi mahasiswa saat ini sudah menjadi fenomen nyata. Walaupun tidak semua mahasiswa menggunakan jasa tersebut sebagai pemenu kebutuhan, mahasiswa yang sudah merasa mendapatkan keuntungan yang didapat akan tetap menggunakan *online shop* dalam memenuhi kebutuhannya. Komoditas barang yang sering dikonsumsi para pengguna jasa *online shop* ini adalah sebagaian besar untuk memenuhi kebutuhan sandang. Pakaian adalah salah satu yang sangat diminati para pengguna jasa *online shop*, baik mahasiswa laki-laki atau pun perempuan komoditas barang-barang konsumsnya sama yaitu pakaian.

Dalam transaksi jual beli *online shop* ada beberapa cara pembayaran yang dapat digunakan yaitu[11]:

[11]Loekamto, A. *Implementas Technology Acceptance Model. Dalam Online Shopping, Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen Vol 1.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Transaksi langsung

Transaksi pembelian menggunakan *online shop* memiliki perbedaan dengan mede transaksi langsung. Berbagai alur yang harus dilalui dalam pembelian menggunakan *online shop* dari pemilihan toko samap negoisasi harga. Pembelian barang melalui *online shop* dengan cara transfer langsung dapat dilakukan setelah melakukan negoisasi dengan phak penjual, maka selanjutnya calon pembeli harus membayar harga barang yang sudah disepakati termasuk biaya ongkos kirm (ongkir). Bukti pengiriman dan penerimaan barang akan diterima setelah transaksi pembayaran'

Mode transaksi ini adalah yang sering dilakukan dan sangat diminati, selan praktis juga lebih efisien waktu karena tidakharus meluangkan waktu yang lama.

2. COD (*Cash On Deleviry)*

Model transaksi *online shop* tidak hanya transfer langsung namun ada cara lain yaitu dengan *COD* dengan istilah lain bertemu langsung dengan calon penjual atau pembeli dan membayar langsung barang yang sudah disepakati. Beberapa perbedaan yaitu barang yang dijual di iklan kan melalui toko online. Toko online ini berfungsi sebaga jembatan atau alat yang menghubungkan antara penjual dan pembeli.

Calon pembeli melihat barang yang akan dibelinya melalui toko online kemuda seetlah terjadi kesepakatan antara calon penjual dan pembeli akan bertemu langsung dtempat yang sudah disepakati pula. Pada penggunaan *COD* ini biasanya toko online berada disekitar calon pembeli.Pertemuan berlangsung pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

saat kesepakatan terjalin antara penjual dan pembeli. Para pengguna jasa *online shop* juga meminati proses transaksi menggunakan *COD* dengan cara ini dapat melihat langsung barang yang akan dibelinya.

Menurut penelitian Shohibullana, beberapa faktor penyebab seseorang mengkonsumsi barang melalui online shop diantaranya adalah[12]:

1. Efesiensi Waktu

Seseorang yang awalnya hanya sekedar coba-coba namun kelamaan akan menjadi kecanduan. Mereka memilih jasa *online shop* dikarenakan alasan yang pasti yaitu barang yang diinginkan susah dicari ditoko terdekat, jalan yang praktis ditempuh adalah memanfaatkan jasa *online shop*.

2. Akses yang Mendukung

Penggunaan jasa *online shop* lebih mudah karena seseorang memiliki kemampuan untuk mengakses internet dan memiliki fasilitas pendukung seperti gadget, komputer, dan jaringan internet.

Online shop dapat dikatakan sebagai supermarket elektronik dimana segala kebutuhan macam barang yang diinginkan dapat dengan mudah dicari dan didapatkan. Hal itu yang membuat *online shop* memilki tempat tersendiri dikalangan masyarakat.

[12]Shohibullana, I. H. *Kontrol Diri dan Perlaku Konsumtif Pada Siswa SMA (ditnjau dari lokas sekolah)*(jurnal Online Psikologi)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Motif

Motif merupakan dorongan dalam diri manusia yang timbul dikarenakanadanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia tersebut. Motif berasal dari bahasa latin*movere* yang berarti bergerak atau *to move*.Karena itu motif diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri organisme yang mendorong untuk berbuat atau *driving force*.Motif sebagai pendorong sangat terikat dengan faktor - faktor lain, yang disebut dengan motivasi.Motivasi merupakan keadaan dalam diri individu atau organisme yang mendorong prilaku kearah tujuan.

4. Gaya Hidup

Pengertian gaya hidup adalah cara seseorang hidup.[13] Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, membelanjakan uang, dan mengalokasikan waktunya. Senada dengan pengertian di atas, menurut Engel[14]. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang yang secara ringkas mencerminkan nilai konsumen. Kemudian Sutisna menambahkan bahwa konsumen dengan gaya hidup memiliki ciri-ciri antara lain menyenangi hal-hal yang baru, aneh dan beresiko, senang olahraga, bersosialisasi dengan udara luar, peduli tentang citra, tidak sama dengan konformis, kagum kekayaan, kekuasaan, ketenaran, takpeduli.[15] Kemajuan teknologi mempengaruhi

[13] Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A., *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy. 9 edition* (New York: McGraw Hill, 2004) 433

[14]Engel, J.F, Blackwell, R.D, Miniard, P.W., *Perilaku Konsumen, jilid 1,* (Diterjemahkan oleh Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara, 1994) 383

[15] Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya2003) 151

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pola hidup masyarakat, sehingga masyarakat mengembangkan norma-norma, pandangan-pandangan dan kebiasaan baru dalam berperilaku.

C. Kehidupan Pembeli Barang *Online Shop* dalam Perspektif Kontruksi Sosial Peter L Berger.

Penelitian ini menggunakan teori konstruksi sosial untuk melihat fenomena sosial di lapangan.Menurut Peter L Berger teori kontruksi sosial merupakan teori sosiologi kontemporer yang berpijak pada sosiologi pengetahuan.Dalam teori ini terkandung pemahaman bahwa kenyataan dibangun secara sosial, serta kenyataan dan pengetahuan merupakan dua istilah kunci untuk memahaminya.Kenyataan adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena fenomena yang diakui memiliki keberadaannya sendiri sehingga tidak tergantung kepada kehendak manusia, sedangkan pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomena fenomena itu nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik[16].

Dunia kehidupan sehari-hari merupakan suatu yang berasal dari fikiran dan tindakan manusia, dan dipelihara sebagai yang nyata dalam pikiran dan tindakan.Dasar-dasar pengetahuan dalam kehidupan sehari-hari adalah objektivasi (pengobjektifan) dari proses-proses dan makna-makna subjektif dengan mana dunia akal sehat intersubjektif dibentuk. Dalam proses pengobjektifan, Berger dan Luckmann menekankan adanya kesadaran, dan kesadaran itu selalu intensional karena ia selalu terarah pada objek dasar kesadaran (esensi) memang tidak pernah dapat disadari, karena manusia hanya memiliki kesadaran tentang suatu fenomena.

[16] Berger,L Peter. *Tafsir sosial atas kenyataan.*(Jakarta: Lembaga penelitian,pendidikan,dan penerangan ekonomi sosial, 1990) 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Baik menyangkut kenyataan fisik lahiriyah maupun kenyataan subjektif batiniah.Seperti halnya manusia, yang juga meiliki kesadaran tentang dunia kehidupan sehari-harinya sebagaimana yang dipersepsinya.

Bagi Berger dan Luckmann kenyataan hidup sehari-hari sebagai kenyataan yang tertib dan tertata.Fenomena-fenomenanya seperti sudah tersusun sejak semula dalam bentuk pola pola yang tidak tergantung pada pemahaman seseorang.Kenyataan hidup sehari hari tampak sudah diobjektivasi, sudah dibentuk oleh suatu tatanan objek-objek sejak sebelum seseorang hadir.Dalam hal ini, bahasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari terus menerus dipakai sebagai sarana objektifasi yang membuat tatanan menjadi bermakna[17].

Sebagai suatu yang berpengaruh bagi perubahan sosial, kapitalisme tidak hanya berkait dengan masalah kaptal, tetapi mengandung konsep yang luas.Perannya tidak hanya ada dalam pengembangan kapital, tetapi juga sosial politik, budaya, dan nilai-nilai. Menurut Berger, kapitalisme selalu dikombinasikan dengan industrialisme untu menciptakan apa yang sekarang disebut dunia modern. Berger menyatakan, secara historis, perkembangan kapitalisme terjadi bersamaan dengan fenomena industrialisme.

Kenyataan hidup sehari-hari bersifat intersubyektif, dipahami bersama-sama oleh orang yang hidup dimasyarakat sebagai kenyataan yang dialami. Kendatipun kenyataan hidup sehari-hari merupakan dunia intersubjektif namun bukan berarti antara orang satu dengan orang yang lain selalu meiliki kesamaan perspektif

[17]Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam memandang dunia bersama. Setiap orang memiliki perspektif berbeda-beda dalam memandang dunia bersama yang bersifat berbeda tetapi sangat mungkin juga bertentangan. Namun, ada persesuaian yang berlangsung terus menerus antara makna=makna orang yang satu dengan yang lain tadi. Ada kesadaran bersama mengenai kenyataan didalamnya menuju sikap alamiah atau sikap kesadaran akal sehat.Sikap ini kemudian mengacu kepada suatu dunia yang sama-sama dialami banyak orang.Jika ini sudah terjadi maka dapat disebut dengan pengetahuan akal sehat, yakni pengetahuan yang dimiliki semua orang dalam kegiatan rutin yang normal dan sudah jelas dengan sendirinya dalam kehidupan sehari-hari.Sseperti yang diketahui kehidupan mahasiswa yang pada hakekatnya ialah belajar dan belajar. Namun ada sebagaian pula yang memanfaatkan kehidupan anak muda untuk merubah pola gaya hidup mereka dengan perkembangan teknologi saat ini.

Internet merupakan salah satu contoh terbesar perubahan gaya hiudp seseorang atau mahasiswa yang mana didunia globalisasi saat ini mahasiswa dapat melakukan banyak hal didalam dunia maya. Misalnya seperti trend saat ini (instagram) dalam media sosial tersebut mahasiswa dapat dengan mudah mengetahui apa yang saat ini berkembang. Mulai dari kehidupan manusia biasa, selebritis, politik hukum, hingga fashion terbaru.Jika dikaitkan dengan kehidupan mahasiswa fashion menjadi daya pikat yang luar biasa, karena merupakan unsure pendukung utama dalam menunjang kehidupan mereka. Dalam dunia maya pula mereka sering melakukan transaksi jual beli *online shop*ping dengan bahasa mereka serta gaya mereka.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jika dikaitkan dengan konsep teori konstruksi sosial ialah suatu proses pemaknaan yang dilakukan oleh setiap individu terhadap lingkungan dan aspek diluar dirinya yang terdiri dari proses ekternalisasi,internalisasi, dan obyektivasi. Eksternalisasi adalah penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia, obyektivasi adalah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi, dan internalisasi adalah individu mengidentifikasi diri ditengah lembaga-lembaga sosial dimana individu tersebut menjadi anggotanya.

Istilah konstruksi sosial atau realitas didefinisikan sebagi proses sosial melalui tindkan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyetif.

Melalui tiga proses yang sudah di paparkan diatas yang mana proses pertama yakni internalisasi setiap individu atau mahasisa UIN Sunana Ampel melihat gaya hidup atau tata busana yang sedang *hits* di kalangan mahasiswa UIN Sunan Ampel atau pun di luar lingkungan UIN dari situ mereka akan mencari tahu melalui media sosial karena bagi mahasiswa media sosial merupakan kehidupan mereka kedua,setelah mereka melihat yang sedang *hits* di media sosial proses selanjutnya yakni ekstrenalisasi yang mana proses ini melibatkan apa yang sudah mereka lihat di media sosial khususnya trend busana, mahasiswa akan mencoba untuk mencocokan dengan diri mereka mulai dari atas kepala hingga kaki mereka akan memilih dan melihat trend busana yang cocok bagi mereka di *online shop* melalui media sosial setelah di rasa ada yang pas proses yang terakhir yakni objektivasi, proses yang terakhir busana yang telah di pilih mahasiswa pada *online*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

shop akan mereka kenakan dan itu akan menambah rasa percya diri mereka ketika masuk lingkungan perkuliahan karena mengenakan busana yang sedang trend.

Dengan begitu akan menambah gairah mereka untuk melakukan aktivitas di kampus karena proses yang terakhir yakni objektivasi ini sangat menentukan seorang mahasiswa/individu berhasil untuk mengikuti apa yang saat ini lagi trend di lingkungannya khususnya kampus bagi mahasiswa. Melalui proses objektivasi ini mahasiswa dapat menentukan apakah yang mereka pilih pas atau tidak dengan gaya busana mereka, ketika di rasa pas mahasiswa akan memberi tahu kepada teman-temannya untuk mengikuti gaya busananya, namun jika tidak pas mahasiswa akan mencari kembali dalam *online shop* busana apa yang pas untuk menambah percaya diri,popularitas,dan eksistensi.

Proses objektivasi ini menjadi proses yang terkahir dari konstruksi sosial yang telah terbangun di kalangan mahasiswa khususnya dalam urusan berbelanja di *online shop*. Yang mana budaya ini secara tidak langsung terbangun oleh perkembangn teknologi yang saat ini semakin hari semakin berkembang, objektivasi sendiri menjadi proses yang sangat penting dalam konstruksi sosial karena ini menentukan hasil dari proses yang sebelumnya yakni, internalisasi dan eksternalisasi.

Atas realitas yang sudah terbangun secara terus menerus inilah *online shop* dan mahasiswa akan terus berkembang dan tak dapat dipisahkan kerena pasar di *online shop* kebanyakan para anak muda yang mengejar popularitas untuk diri mereka. Proses jual beli yang dilakukan lewat media sosial merupakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perkembangan dari proses jual beli yang awalnya tatap muka pada zaman modern terganti lewat sebuah media sosial yang sebelumnya mahasiswa melihat dulu apa sedang trend di media sosial lalu mereka mencoba untuk mencocokan dengan diri mereka lalu mahasiswa mengenakan untuk melakukan aktivitas baik itu dalam lingkungan kampus ataupun luar kampus.

Jika melihat prekembangan zaman sekarang *online shop*akan terus berkembngan dengan segala inovasi yang ada dan mahasiswa akan mengikuti perkembangan tersebut, karena mahasiswa dan internet tidak dapat di pisahkan untuk berbagai aktivitas yang mereka lakukan mulai bangun tidur hingga mahasiswa menutup mata. Dengan realita yang sudah terbangun ini *online shop* sudah banyak menjamur dan menawarkan berbagai macam barang baik untuk kebutuhan mahasiswa khususnya atau pun untuk kebutuhan yang lainnya baik itu pembeli mahasiswa atau pun orang-orang pekerja atau ibu-ibu rumah tangga.

Dengan realitas yang sudah ada dan terbangun seperti ini khususnya media sosial dan *online shop* yang melibatkan banyak pihak abaik itu yang menajalankan bisnis atau pun para konsumen yang merambah semua pasaran karena realita yang sudah ada lewat perkembangan zaman media sosial menjadi pengikat banyak pihak muali dari anak-anak hingga orang dewasa untuk melakukan berebagi aktivias salah satunya berebelanja tinggal pilih model yang cocok bayar dan barang datang. Realita seperti ini akan membuat para pemilik *online shop* akan terus melakukan inovasi dan bagi para konsumen akan di suguhkan dengan berebagai amacam pilihan,jenis,dan model yang baru setiap harinya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Konstruksi yang terbangun ini sudah di terima banyak kalangan karena perkembangan zaman dan juga inovasi yang setiap hari akan selalu mencul ide baru untuk menarik para konsumen dan bagi konsumen membeli lewat *online shop* akan menambah rasa percaya diri dan juga popularitas karena mereka mengenakan barang atau busana yang masih belum di jual di pasar secara bebas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan desaindeskriptif kualitatif, karena kualitatif lebih tepat untuk mengidentifikasi permasalahan yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu "Kehidupan Pembeli Barang *Online shop*di Kalangan UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di lingkungan kampus UIN Sunan Ampel Surabaya yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena yang ada.

> Penelitian ini memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena.Dari ciri yang demikian memungkinkan studi ini dapat amat mendalam dan demikian bahwa kedalaman data yang menjadi pertimbangan dalam penelitian model ini.Karena itu, penelitian ini bersifat mendalam dan "menusuk" sasaran penelitian.[18]

Kehidupan mahasiswa saat ini sangat bergantung kepada akses internet hampir setiap hari dan setap saat mahasiswa dan gadget tak dapat di pisahkan

[18] M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Jakarta:Prenada Media Group,2007) 68.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hal itu mengerucut kepada cara berbelanja mahasiswa yang mulai beralih kepada *online shop* karena bagi mereka lebih mudah dalam melakukan transaksi dan memilh barang yang dibeli. Penelitian yang telah dilakukan, juga dipakai dalam tujuan menggali informasi dan menjawab atas pertanyaan rumusan masalah yang peneliti ulas dan deskripsikan secara mendalam untuk mengetahui makna dari hal tersebut. Penelitian kualitatif berakar pada latar belakang alamiah sebagai suatu keutuhan, mengandalkan manusia sebagai alat penelitian (Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti sendiri), memanfaatkan metode kualitatif, lebih mementingkan proses dari pada hasil, membatasi seperangkat kriteria untuk memberikan keabsahan dan hasil penelitiannya disepakati oleh kedua belah pihak yaitu peneliti dengan subyek yang diteliti.[19]

> Penelitian kualitatif ini berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsikan data dan terakhir adalah membuat kesimpulan atas temuannya.[20]

Variasi data yang diperoleh dari informan yang menjadi sasaran peneliti sangat penting dalam penelitian ini.Karena bagaimanapun, peneliti tidak membuat generalisasi dalam hasil penelitian, tetapi variasi data yang berbeda dari setiap informan yang memudahkan peneliti menganalisa dan mendapatkan makna yang beragam pada setiap informan.Bentuk

[19] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*(Bandunng : CV. Alvabeta, 2010) 1.
[20] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung:CV. Alvabeta,2010) 222.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitianini akan mampu mengungkapkan berbagi informasi kualitatif dengan deskriptif yang mampu memberikan gambaran realitas sosial sebagaimana adanya dan relatif utuh. Adapun ciri-ciri pokok dari metode deskriptif sebagai berikut :

a. Memusatkan perhatian pada masalah-masalah yang ada pada saat penelitian dilakukan (saat sekarang) atau masalah-masalah yang aktual.
b. Menggambarkan fakta-fakta tentang masalah-masalah yang diselidiki sebagimana adanya, diiringi interpretasi rasional.

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha mendeskripsikan sebagaimana kehidupan mahasiswa yang berbelanja *online* baik motif dan tujuan mereka berbelanja *online shop* di lingkunagn kampus UIN Sunan Ampel Surabaya.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

a) Lokasi penelitian berada di Unversitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang di laksanakan dalam proses penelitian ini adalah tiga bulan yaitu bulan Oktober-Desember, dimana proses wawancara, observasi dan dokumentasi dilakukan oleh peneliti.Adapun alasan mengapa peneliti mengambil lokasi di lingkungan kampus tersebut karena melihat fenomena yang ada mahasiswa UIN Sunan Ampel banyak mengalami perubahan khususnya dalam hal mode fashion ditambah dengan perkembangan teknologi serta semakin menjamurnya situs *online shop*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Data atau informan yang dikumpulkan dari, aktivitas atau perilaku sebagai sumber data yang berkaitan dengan sasaran penelitian dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan. Peneliti ikut bergabung dan melihat para mahasiswi yang sedang berkumpul disekitar fakultassambil membicarakan tentang model baju yang terbaru, dan tak lupa dengan memegang gadget mereka masing-masing. Karena bagi mereka melihat baju di *online shop* lebih mudah dan cepat serta model dan ukuran bervariasi sehingga dengan seperti,kebutuhan mahasiswa akan sandang tak pernah ketinggalan. Dengan perkiraan biaya yang mumpuni mahasswa tidak akan merasa dirugikan malah akan ada kepuasan tersindir bagi mereka jika bisa dan mendapatkan model baju yang terbaru disaat teman-teman yang lain belum mendapatkan.

C. Pemilihan Subyek Penelitian

Di dalam menentukan dan menemukan informan peneliti menggunakan prosedur purposif sebagai strategi untuk menentukan informan yang akan di teliti. Prosedur purposif merupakan salah satu strategi menentukan informan yang paling umum di dalam penelitian kualitatif, yaitu menentukan kelompok peserta yang menjadi informan sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan dengan masalah penelitian.[21]

Kriteria informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang sering menggunakan gadget,tampil*fashioneble*,dan yang sering update model baju terbaru karena bagi peneliti,kriteria mahasiswa yang seperti di atas dapat memberkan informas sesaui dengan tujuan peneltian ini. Serta kriteria-kriteria

[21]Burhan Bungin.*Penelitian Kualitatif* (Jakarta:Prenada Media Group, 2007) 107

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lain yang peneliti tentukan dalam pengambilan informan yang tidak di sebutkan.

Ukuran besaran individu key person atau informan, yang ditunjuk sudah ditetapkan sebelum pengumpulan data, yang tergantung pada sumber daya dan waktu yang tersedia, serta tujuan penelitian. Kunci dasar penggunaan informasi ini adalah penguasaan informasi dari informan dan secara logika bahwa tokoh-tokoh kunci di dalam proses sosial selalu langsung menguasai informasi yang terjadi di dalam proses sosial itu. Seperti mahasiswa yang menarik dengan gaya dan tampilannya tentu mengetahui permasalahan *online shop* dan kehidupan mahasiswa yang melakukan traksaksi di situs *online shop*.

Ukuran sampel purposif di tentukan atas dasar teori kejenuhan (titik dalam pengumpulan data saat data baru tidak lagi membawa wawasan tambahan untuk pertanyaan penelitian). Informan berikutnya di tentukan bersamaan dengan perkembangan review dan analisis hasil penelitian saat pengumpulan data berlangsung

Di bawah ini adalah daftar informan yang telah diwawancarai :

Nama-nama informan

No	Nama	Fakultas/Jurusan	Usia
1.	Aminah Rachim	Adab dan Humaniora/Sejarah Kebudayaan Islam	21 Tahun
2.	Vita	Hukum dan Syariah/Hukum Ekonomi Syariah	23 Tahun
3.	Yasinta Ismailia	FEBI/Manajemen	21 Tahun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4.	Imam Walid Asrofudin	Adab dan Humaniora/Sastra Inggris	23 Tahun
5.	Rifdah	Dakwah dan Komunikasi/Ilmu Komunikasi	23 Tahun
6.	Mariana Avrilliana	FISIP/Sosiologi	22 Tahun
7.	Tiara Manda	FISIP/Hubungan Internasional	20 Tahun
8.	Iqbal	Tarbiyah dan Keguruan/Pendidikan Agama Islam	33 Tahun
9.	Lailya Rachmawati	Tarbiyah dan Keguruan/Pendidikan Bahasa Arab	22 Tahun
10	Finanda	Usuludin dan Filsafat/Perbandingan Agama	22 Tahun
11	Zuhrotul Mufida	Psikologi/Psikologi	23 tahun
12	Vara Syarifah Ulfi Ilmiah	Saintek/Biologi	21 tahun
13	Alimatus Shoumi	Dakwah dan Komunikasi/Manajemen Dakwah	22 tahun
14.	Amalia Kumalasari	Febi/Ekonomi	22 tahun
15	Zakirotul Diana	Psikologi/Psikologi	22 tahun

D. Tahap-Tahap Penelitian

Dalam melakukan penelitian tentang Kehidupan Pembeli Barang Onlne Shop di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, peneliti melakukan langkah-langkah penelitian sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Melihat Fenomena

Melihat fenomenayang ada pada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.Langkah ini mempunyai tujuan untuk membuktikan, merumuskan masalah, menentukan setting, dan juga subjek penelitian yang hendak di teliti mengenai objek penelitian.Melihat fenomena tidak hanya dimaknai dengan melihat dengan panca indera mata pada waktu itu, tetapi juga dari berbagai macam cerita yang telah terjadi pada lngkungan kampus UIN Sunan Ampel Surabaya. Yaitu tentang bagaimana kehidupan mahasiswa pembeli barang *online shop* di UIN Sunan Ampel Surabaya Fenomena yang dilihat oleh peneliti sudah dialami sendiri, karena penelti berasal dari kampus yang sama.

b. Melakukan penulisan proposal

Langkah selanjutnya adalah menulis proposal penelitian. Langkah ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang rencana kegiatan penelitian di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabayasecara lengkap, jelas, singkat, dan mudah dimengerti sebagai pertimbangan bagi pihak yang memberikan persetujuan atas kegiatan penelitian yang diusulkan. Proposal sudah diujikan pada hari Selasa14November 2017 dan dinyatakan lulus dan melanjutkan pada tahap penulisan skripsi.

c. Pengumpulan data dan melakukan penelitian

Pengumpulan data, pada tahap ini peneliti mulai dengan menentukan sumber data dari berbagai referensi, yaitu buku, jurnal-jurnal yang berkaitan dengan judul permasalahan mengenaiKehidupan Pembeli Barang *Online*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

*shop*di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Peneliti mengunjungi perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, perpustakaan daerah Surabaya, dan membaca beberapa jurnal yang berkaitan dengan berbelanja *online shop* dari bebagai kalangan.

Selanjutnya peneliti menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi dalam melakukan penelitian.Langkah ini merupakan inti dari kegiatan penelitian yang dilakukan, yang bertujuan untuk mencari, memperoleh, dan menganalisa data yang telah diperoleh dari tujuan lapangan untuk penelitian.Peneliti melakukan wawancara sekaligus dokumentasi yang dimulai pada tanggal 20November 2017-20Desember 2017, peneliti tidak setiap hari melakukan penelian pada tanggal tersebut, tetapi pada hari atau tanggal yang sudah ditentukan oleh peneliti. Sedangkan proses observasi peneliti lakukan setelah melakukan ujian proposal.

d. Tahap Analisis Data

Setelah peneliti mengumpulkan data, dalam tahap ini peneliti akan menganalisa dan mengelompokkan data-data yanmg dianggap sesuai dengan judul "Kehidupan Pembeli Barang *Online shop* di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya."

e. Melakukan penulisan laporan

Setelah memperoleh dan menganalisa data yang didapat dari penelitian lapangan, pada langkah ini dilakukan penulisan laporan secara deskriptif-interpretative dan menganalisa dengan teori yang sesuai dengan judul

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian.Dan pada akhirnya di tarik kedalam sebuah kesimpulan.Penulisan hasil wawancara, observasi maupun dokumentasi, selalu dilakukan oleh peneliti setelah melakukannya.Dengan demikian, memudahkan peneliti dalam menuliskan laporan secara komleks dan berurutan yang pada akhirnya peneliti analisa dengan teori yang dipilih.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Pengumpulan data dengan observasi

Dalam pengumpulan data dengan observasi yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis, yang dilakukan dengan mengadakan suatu pengamatan secara terus-menerus sebagai pengamatan dan pencatatan fenomena yang diteliti, peneliti membutuhkan suatu pendengaran yang tajam dan daya ingat yang tinggi agar hasilnya bisa sempurna. Teknik pengumpulan data yang utama dan dimanfaatkan sebesar-besarnya artinya penelitian ini terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau sedang digunakan sebagai sumber data penelitian.Dalam pelaksanaan observasi peneliti terjun langsung ke lapangan dengan melibatkan diri langsung pada aktifitas subyek.[22]

Observasi memungkinkan melihat dan mengamati sendiri perilaku dan kejadian sebagaimana keadaan sebenarnya yang di jadikan sebagai tempat penggalian data. Observasi ini di lakukan di UIN Sunan Ampel Surabaya yang menjadi objek lokasi penelitian.Observasi ini dilakukan untuk mengetahui kehidupan pembeli barang *online shop* di kalangan mahasiswa.

[22]Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pengantar Praktek* (Jakarta: PT Asdi Mahastya, 2006) 61

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Pengumpulan data dengan wawancara atau interview

Dalam pengumpulan data dengan wawancara atau interview, wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan mengadakan komunikasi dengan sumber data dengan dialog tanya jawab secara lisan baik langsung maupun tidak langsung.[23] Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai beberapa mahasiswa dengan tampilan yang *fashioneble* untuk mendukung,dan memperoleh informasi sedetail-detailnya.

Peneliti mencari informasi dengan metode berjalan di sekitar kampus dan melihat ada beberapa mahasiswi yang sedang membicarakan mode fashion terbaru di situs *online shop* pada hari senin, 27 November 2017 pukul 10.05 WIB. Proses wawancara mendapatkan banyak informasi yang terkait dengan kehidupan mahasiswa pembeli barang *online shop*dengan percakapan yang kami lakukan.

c. Pengumpulan Data dengan Dokumentasi

Dokumentasi ini bisa diperoleh peneliti melalui gambar, rekaman suara, atau tulisan yang diperoleh peneliti melalui subjek secara langsung di lapangan sebagai penguat data.[24]

Dokumentasi diperoleh peneliti melalui gambar, atau tulisan yang diperoleh secara langsung di lapangan sebagai penguat data.Yaitu dalam bentuk kegiatan menyimpan data dari informan baik dalam bentuk tulisan atau gambar.Seperti

---

[23] Djumhur dan M. Suryo, *Bimbingan dan Penyuluhan di Sekolah* (Bandung: CV. Ilmu, 2000) 50.

[24] Abdurrahman Dudung, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Kurnia Alam Semesta, 2003) 65.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menulis pada kertas saat melakukan wawancara, dokumen desa tentang monografi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.Peneliti tidak menyimpan hasil wawancara dalam bentuk rekaman.

F. Teknik Analisis Data

Tujuan analisis di dalam penelitian adalah menyempitkan dan membatasi penemuan-penemuan hingga menjadi suatu data yang teratur, serta tersusun dan lebih berarti. Dalam penelitian kualitatif ini, teknik analisis data yang di gunakan sudah jelas, yaitu di arahkan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan.[25]

Setelah mendapatkan informasi terkait rumusan masalah selanjutnya teknik analis data dengan cara analisis deskriftif analisis kualitatif yang mana menggambarkan Kehidupan Pembeli Barang Online Shop di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, setelah itu dilakukan proses analisis data yang sederhana lalu di lanjutkan dengan pemaparan hasil wawancara di lakukan pengamatan yang telah di lakukan untuk akhirnya di jadikan sebuah kesimpulan, dengan beberapa penjelasan sebagai berikut:

a) Data *Reduction*

Data *Redoction* adalah merangkum dari hasil-hasil data yang di dapat dalam penelitian, Langkah-langkah yang harus di lakukan yakni memperoleh hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan mencari

[25] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Bandung: CV. Alvabeta, 2010), 243.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tema dalam hal ini peneliti harus melakukan analisa data melalui reduksi data ketika peneliti memperoleh data di lapangan dengan jumlah yang cukup banyak adapun hasil dari mereduksi data, peneliti telah memfokuskan pada study tentangKehidupan Pembeli Barang *Online Shop* di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.

b) Data *Display*

Langkah berikutnya yakni peneliti mendisplaykan data-data yang di peroleh dari lapangan data display yakni mengorganisir data, menyusun data dalam menyusun suatu pola hubungan sehingga semakin mudah di fahami.

c) *Coclusions Drawing/ verification*

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif yakni penarikan kesimpulan dalam hal inipeneliti menyimpulkan hasil penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah yang telah di rumuskan yakni berkaitan dengan Kehidupan Pembeli Barang *Online Shop* di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.

Dalam laporan penelitian ini, analisis data tidak dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistik, tetapi mengklasifikasi data dan menyusunnya ke dalam bentuk deskriptif.Sedangkan teori yang digunakan dalam analisis hasil penelitian ini menggunakan Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dengan proses penelitian tidak semua pernyataan atau informasi yang didapatkan dari informan itu sesuai atau valid. Maka dari itu uraian Informasi, tindakan dan ungkapan yang didapat terlebih dahulu diukur keabsahan datanya. Proses ini dimaksudkan agar informasi yang diperoleh memiliki derajat ketepatan dan kepercayaan, sehingga hasil penelitian bisa dipertanggung jawabkan dan memperjelas data dengan fakta-fakta actual yang ada di lapangan.

Agar data yang diperoleh benar-benar valid maka informasi yang telah diperoleh dari satu informan dicoba untuk ditanyakan kembali pada informan yang lain dalam beberapa kesempatan dan waktu yang berbeda, yang dilakukan oleh peneliti.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

KEHIDUPAN PEMBELI BARANG *ONLINE SHOP* DIKALANGAN MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

A. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

1. Sejarah berdirinya UIN Sunan Ampel Surabaya

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel disingkat UIN Sunan Ampeladalah salah satu perguruan tinggi negeri di Surabaya yangmenyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman multidisplin serta sains dan teknologi. UIN Surabaya diberi nama Sunan Ampel, adalah nama salahseorang Walisongo, tokoh penyebar Islam di Indonesia. Beralihnya statusInstitut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel Surabaya menjadiUniversitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya diharapkanberimplikasi terhadap lahirnya peradaban Islam Indonesia. Hal itu akandiupayakan lewat penggemblengan mahasiswa dengan ilmu agama yangdiintegrasi dengan sains dan teknologi. Dengan peralihan status menjadi UINSunan Ampel bisa menampilkan iklim keilmuan yang mengedepankan ilmuagama Islam.Tidak cukup hanya itu, integrasi ilmu agama dengan teknologisains menjadi ciri khas dan karakter UIN Sunan Ampel kedepan. Keberadaan kampus UIN Sunan Ampel di wilayah Surabaya bagianselatan Jl. Ahmad Yani No. 117 Surabaya tepatnya di selatan JX internationaldan di depan Mapolda Jawa Timur[26].

[26]Panduan penyelenggaraan Program Strata Satu (S1) dan Program Magister (S2) Sunan AmpelSurabaya, (Surabaya, UIN Sunan Ampel: 2013) 1-8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada akhir dekade 1950, beberapa tokoh masyarakat Muslim JawaTimur mengajukan gagasan untuk mendirikan perguruan tinggi agama islamyang bernaung di bawah Departemen Agama. Untuk mewujudkan gagasantersebut, mereka menyelenggarakan pertemuan di Jombang pada tahun 1961.Dalam pertemuan itu, Profesor Soenarjo (Rektor Universitas Islam NegeriSunan Kalijaga), hadir sebagai narasumber untuk menyampaikan pokok-pokokpikiran yang diperlukan sebagai landasan berdirinya perguruan tinggiagama islam dimaksud. Dalam sesi akhir pertemuan bersejarah tersebut,forum mengesahkan beberapa keputusan penting yaitu:

(1) membentukpanitia pendirian IAIN,

(2) Mendirikan Fakultas Syariah di Surabaya

(3)Mendirikan Fakultas Tarbiyah di Malang.

Selanjutnya, pada tanggal 09Oktober 1961, dibentuk Yayasan Badan Wakaf Kesejatraan Fakultas Syariahdan Fakultas Tarbiyah yang menyusun rencana kerja sebagai berikut:

(1)Mengadakan persiapan pendirian IAIN Sunan Ampel yang terdiri dariFakultas Syariah di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah di Malang.

(2)Menyediakan tanah untuk pembangunanan kampus IAIN Sunan Ampel seluas 8 (delapan) Hektar yang terletak di Jalan A. Yani No. 117 Surabaya.

(3) Menyediakan Rumah dinas bagi para Guru Besar.2Pada tanggal 28 Oktober 1961, Menteri Agama menerbitkan SKNo. 17/1961, untuk mengesahkan pendirian Fakultas Syariah di Surabaya danFakultas Tarbiyah di malang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kemudian pada tanggal 1 Oktober 1964 Fakultas Usuluddin di Kediri diresmikan berdasarkan SK Menteri AgamaNo.66/1964.Berawal dari 3 (tida) fakultas tersebut, Menteri Agama memandangperlu untuk menerbitkan SK Nomor 20/1965 tentang pendirian IAIN SunanAmpel yang berkedudukan di Surabaya, seperti yang dijelaskan di atas.Sejarah mencatat bahwa tanpa membutuhkan waktu yang panjang, IAINSunan Ampel ternyata mampu berkembang pesat. Dalam rentang waktuantara 1966-1970, IAIN Sunan Ampel telah memiliki 18 (delapan belas)fakultas yang tersebar di 3 (tiga) propinsi: Jawa Timur, Kalimantan Timurdan Nusa Tenggara Barat.Namun demikin ketika akreditasi fakultas di lingkungan IAINditerapkan, 5 (lima) dari 18 (delapan belas) fakultas tersebut ditutup untukdigabungkan ke fakultas lain yang berakreditasi dan berdekatan lokasinya.Selanjutnya dengan adanya peraturan pemerintah nomor 33 tahun 1985.Fakultas Tarbiyah Samarinda dilepas dan diserahkan pengelolaanya ke IAINAntasi Banjarmasin.Disamping itu, fakultas tarbiyah Bojonegorodipindahkan ke Surabaya dan setatusnya berubah menjadi fakultas TarbiyahIAIN Suarabaya. Dalam pertumbuhan selanjutnya IAIN Sunan Ampelmemiliki 12 (dua belas) fakultas yang tersebar di seluruh Jawa Timur dan 1(satu) di fakultas Mataram, Lombok, Nusa Tenggara Barat, kini IAIN SunanAmpel terkonsentrasi hanya pada 5 (lima) fakultas induk yang semuanyaberlokasi di kampus Surabaya[27].

[27]Panduan penyelenggaraan Program Strata Satu (S1) dan Program Magister (S2) Sunan Ampel Surabaya, (Surabaya, UIN Sunan Ampel: 2013) 8-10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari jalan panjang yang telah dilalui, berdasarkan peraturanPresiden No. 65 Tahun 2013 akhirnya IAIN secara yudisiris telah beralihstatus menjadi UIN. SK di tandatangi pada tanggal 2 Oktober 2013, danberdasarkan peraturan Menteri Agama RI No. 8 Tahun 2014 tanggal 28 April2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri SunanAmpel Surabaya memiliki 9 fakultas yaitu:

1. Fakultas Adab dan Humaniora
2. Fakultas Dakwah dan Komunikasi
3. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
4. Fakultas Syariah dan Hukum
5. Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
6. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
7. Fakultas Psikologi dan Kesehatan
8. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
9. Fakultas Sains dan Teknologi

Seperti halnya kampus negeri yang lain, UINSA juga membukaprogram pasca sarjana untuk program Magister (S2) dan Doktor (S3).Program Magister (S2) di kampus ini membuka beberapa jurusan,dianataranya Pemikiran Islam, Ekonomi Islam, Tafsir Hadits, Dakwah,Pendidiakan Bahasa Arab, Syari'ah dan Pendidikan Islam.Sedangkan untuk program Doktor (S3) UIN Sunan Ampelmempunyai al-Dirasat dan al-Islamiyah (bidang Islamic studies) yangmengkaji tentang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keislaman dengan pengajian empiric dan non empiric,menganalisis dan menggali fakta kontemporer dalam masyarakat islam(utamanya di Indonesia)[28].

Gambar Univesitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Gambar 4 : 1

Sumber :Internet diakses pada tanggal 19 Desember 2017 jam 15 : 02

2. Visi dan Misi UIN Sunan Ampel Surabaya

Pendidikan sejatinya berjalan seiring dengan perkembangan zaman.Perkembangan zaman menuntut pergerakan yang responsif dan dialektis daridunia pendidikan. Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabayasebagai institusi pendidikan Islam, yang berangkat dari idealisasi terhadapajaran Islam, pengalaman historis masyarakat muslim serta proyeksikeislaman ke depan, merupakan bagian dari kegiatan pendidikan yang

[28]Panduan penyelenggaraan Program Strata Satu (S1) dan Program Magister (S2) Sunan Ampel Surabaya, (Surabaya, UIN Sunan Ampel: 2013) Hal. 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tanpaterkecuali, juga harus merespon tantangan dan tuntutan perkembangan zamandimaksud.Gaya hidup, sebagai bagian dari perkembangan zaman yang kinimenjadi bagian dari kehidupan modern, melahirkan tuntutan dan tantanganyang beragam kepada pendidikan Islam. Seiring dengan hal ini, dari sisipenyelengaraan pendidikan, isu sentral yang harus dihadapi oleh pendidikantinggi Islam, termasuk UIN Sunan Ampel berkaitan dengan dua hal yakni,kelembagaan dan misi sosial.

A. Visi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Visi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA) Surabayaadalah "Menjadi Universitas Islam yang unggul dan kompetitif bertaraf Internasional"[29].Untuk memperjelas pemahaman tentang rumusan visi tersebut makaberikut dideskripsikan beberapa konsep yang ada dalam visi terebut sebagaiberikut :

Konsep Universitas Islam dimaksudkan sebagai lembaga pendidikan tinggi yang menyelenggarakan pembelajaran, penelitian dan pengabdiankepada masyarakat secara integratif berdasarkan semangat peneguhan danpenyemaian nilai-nilai Islam moderat dan transformatif yang merupakanaktualisasi doktrin Islam *sebagai rahmatan li al-'alamin*, denganmempertimbangkan konteks kearifan lokal masyarakat Jawa Timurkhususnya, dan Indonesia pada umumnya. Pola penyelenggaraan pendidikanyang integratif dengan didasari semangat moderat dan transformatif tersebutdiorientasikan untuk mengembangkan ilmu, teknologi,

[29]http://www.uinsby.ac.id/id/187/rencana-strategi.html. Diakses pada tanggal 19 Desember 20177 pukul 15:08.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seni dan budayadalam rangka meningkatkan kualitas keberagamaan dan kehidupanmasyarakat Indonesia serta kemanusiaan secara universal.Polapenyelenggaraan pendidikan UIN Sunan Ampel yang integratif tersebut yangdiharapkan menjadi distingsi dari universitas Islam lainnya yang ada diIndonesia.

B. Misi UIN Sunan Ampel Surabaya

Misi merupakan alasan mengapa suatu lembaga ada danmelaksanakan kegiatannya. Sebagai lembaga perguruan tinggi, UIN SunanAmpel merumuskan misi sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman multidispliner sertasains dan teknologi yang unggul dan berdaya saing.
2. Mengembangkan riset ilmu-ilmu keislaman multidisipliner serta sains danteknologi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
3. Mengembangkan pola pemberdayaan masyarakat yang religius berbasisriset[30].

3. Mahasiswa beserta kehiduapan yang ada dalam kampus UIN SunanAmpel Surabaya

Perubahan IAIN Sunan Ampel Surabaya menjadi UIN Sunan AmpelSurabaya disertai dengan bertambahnya beberapa Fakultas dan prodi pastinyamembuat UIN Sunan Ampel memnambah daya tarik tersendiri dan lebih dipandang oleh

[30]http://www.uinsby.ac.id/id/187/rencana-strategi.html. Diakses pada tanggal 19 Desember 2017 pukul 17 : 12

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat.Hal ini setidaknya di tandai dengan semakinbertambahnya jumlah mahasiswa yang mendaftar di UIN Sunan Ampel.UIN Sunan Ampel (UINSA) terletak di Kota Surabaya, Ibu kotaprovinsi Jawa Timur. Surabaya merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta,kota Metropolis dengan beberapa keanekaragaman yang kaya dan saat ini jugatelah menjadi pusat bisnis, perdagangan, industri, dan pendidikan diIndonesia. Tentunya juga membuat mahasiswa UIN Sunan Ampel mengikutimodel kekinian atau budaya yang lagi populer di perkotaan.Jika dilihat saatini banyak sekali mahasiswa yang penampilan busananya *fashionable* dan kekinian.Seiring perkembangan jaman yang ditandai dengan merebaknyaberbagai bentuk gaya hidup modern, mahasiswa yang diharapkan mempunyaikemampuan sebagai *agent of change* tersebut telah banyak berkurang.Mahasiswa datang dari berbagai daerah. Kehidupan dikampung asalnya tentuberbeda dengan kehidupan disekitar kampus yang mayoritas telah terpenuhioleh fasilitas-fasilitas gaya hidup modern.

Maka mahasiswa yang sudahterlena dengan berbagai fasilitas-fasilitas tersebut akan menjadi individu yangtidak mampu memilih hal-hal yang bermanfaat bagi dirinya sehinggasenantiasa membeli banyak barang baru untuk mengikuti *trend*perkembanganjaman. Mahasiswa yang seperti itu akan menjadi mahasiswa yang memilikigaya hidup yang kekinian atau bisa di sebut mengikuti budaya kekinian.Sebaliknya mahasiswa yang tidak terpengaruh akan tetap konsisten padatujuannya menjadi seorang mahasiswa yang sebenarnya yaitu menuntut ilmudalam perkuliahan atau berorientasi pada akademisnya.Di dalam suatu kampus tentunya terdapat berbagai macam Organisasi.Organisasi merupakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

suatu wadah untuk menyalurkan sebuah gagasan, ide-ide,aspirasi atau pendapat,organisasi merupakan proses belajar kedua setelahkuliah,pada dasarnya organisasi memiliki nilai tawar yang tinggi bagimahasiswa, misalnya dari segi solidaritasnyadan lain sebagainya,organisasijuga mempunyai ideologi berdasarkan landasan visi dan misinya,banyakorganisasi di kalangan mahasiswa yang menjadi salah satu wadah bagimahasiswa itu sendiri agar dapat belajar dan berproses di dalamnya,tidaksedikit dari mahasiswa lebih mengedepankan organisasinya dari padakuliahnya,itu semua disebabkan karna di kuliah dalam proses belajarmengajarnyakurang efisien dan juga belum tentu ilmu yang ada dalamorganisasi yang di ikuti ada dalam mata kuliah.

Organisasi Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya antara lain:

1. UKM Paduan Suara
2. Bhakti Sosial Lintas Surabaya-Malang
3. Komando Resimen Mahasiswa Mahasurya Satmenwa 820 UIN SunanAmpel Surabaya
4. UKM Pencak Silat (Taekwando dan Persaudaraan Setia Hati Terate)
5. Dewan Ekskutif Mahasiswa (DEMA UNIVERSITAS)
6. Senat Mahasiswa (SEMA UNIVERSITAS)
7. UKM Seni dan Budaya
8. Mahasiswa pecinta Alam Sunan Ampel (MAPALSA)
9. Unit Kegiatan Olahraga (UKOR)
10. Ikatan Qori’ Qoriah Mahasiswa (IQMA)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Di samping itu ada bebrapa kegiatan acara yang menunjang minat dan bakat mahasiswa khusunya terkait busana atau *fashion* antara lain :

1. Pemilihan Cak dan Ning UIN Sunan Ampel Surabaya
2. Lomba Hijabers
3. Miss UIN Sunan Ampel Surabaya

Dari beberapa kegiatan di atas yang hal yang paling ditonjolakan dari mahasiswa ialah masalah kreatifitas dan gaya busana mahasiswa dalam mengikuti perlombaan yang diadakan. Dengan adanya beberapa perlombaaan itu diharapkan mampu memperlihatkan bibit unggul UIN Sunan Ampel dalam hal kontes kecantikan dan model yang masih menjaga syariat Islam, serta dapat mengahrumkan nama UIN Sunan Ampel di lingkunagn luar kampus agar lebih di kenal khalayak ramai.

Foto Kegiatan Lomba Cak dan Ning UIN Sunan Ampel Surabaya

Gambar 4.2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lomba Miss UIN Sunan Ampel Surabaya

Gambar 4.3

Lomba Hijabers Uin Sunan Ampel Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.4

Berikut ini daftar mahasiswa S1 aktif UIN Sunan Ampel Surabaya dari berbagai fakultas :

Rekapitulasi Mahasiswa S1 Aktif Studi UIN Sunan Ampel Surabaya Tahun 2017

Tabel 4: 1

NO	Fakultas	L/P
1	Fakultas Adab dan Humaniora	641/1089
2	Fakultas Syariah dan Hukum	1096/1352
3	Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	773/801
4	Fakultas Tabiyah dan Keguruan	699/2377
5	Fakultas Psikologi dan Kesehatan	175/374
6	Fakultas Sain dan Teknologi	313/462
7	Fakultas Dakwah dan Komonikasi	783/1237
8	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	267/300
9	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	422/801
	Jumkah Total Mahasiswa	5169/8793

Sumber : Rektorat UIN Sunan Ampel Surabaya diakses 12 Juni 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Kehidupan Pembeli Barang *Online Shop*Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya

Seperti telah diuraikan pada bab sebelumnya, dalam pengamatan olehpeneliti di lapangan dan juga fenomena yang terjadi, maka peneliti banyakmenemukan mahasiswa yang memiliki kecenderungan untuk membeli barang atau bebelanja kebutuhan hidup dengan menggunakan situs *online shop*. Kecenderungan yang dimaksudkan di sini dapat diidentifikasisebagai berikut:

a) Dari segi pergaulan, kebanyakan dari mereka dalam memilih teman lebihmementingkan status daripada hubungan untuk membangun sebuahpersaudaraan (ukhuwah islamiyah), sehingga terjadi kesenjangan sosial diantara kelompok pertemanan tersebut.

b) Dalam berpakaian *(fashion)*, golongan mahasiswa yang lebih mampu menonjolkan mrek-mrek yang sedang ngetrend pada saat ini disaat pergi ke kampus dan tempat lainnya.

c) Pada saat mahasiswa berbelanja baju *(fashion)*, alat kecantikan, dan jugaaksesoris lainnya ada beberapa mahasiswa lebih memilih berbelanja diSuper market atau Mall seperti Royal Plaza, Cito Mall, dan TunjunganPlaza, yang memang terdapat di sekitar kampus UIN Sunan AmpelSurabaya.

d) Dalam memanfaatkan waktu-waktu istirahat maupun hari libur kampus,banyak juga mahasiswa yang terlihat nongkrong di pusat-pusatperbelanjaan daripada memanfaatkan waktu mereka untuk belajar.

e) Untuk memenuhi gaya penampilannya, banyak mahasiswa yang sengajamenyisihkan uang saku mereka untuk membeli pakaian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(fashion),HandPhone (HP), dan aksesoris lainnya, daripada membeli buku-bukuyang berkaitan dengan mata kuliahnya atau alat tulis yang memilikimanfaat lebih baikUniversitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yangmenyelanggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman multidisplin serta sainsdan teknologi.

Hal ini di tambah dengan letak kampus UIN Sunan Ampel yang berada di Surabaya yang mana ialah ibu kota Jawa Timur, yang membuat gairah untuk belanja *online shop* itu semakin menjadi. Mengingat Surabaya juga kota metropolitan maka tak heran banyak mahasiswa dari luar kota yang berkuliah di kota Surabaya akan sanagt mengandalkan *online shop* untuk mereka berbelanja guna memenuhi kebutuhan sehari-hari dan juga gaya fashion khususnya.

Ini sepereti yang di sampaikan oleh Tiara Manda"Ya saya kalau memilih teman akan selektif terutama memandang gaya dia berpakaian karena kalo cara berpakan terlihat *ndeso* kan *gak mbois* buat apa toh saya ini orangnya *fashionable* banget dan tidak pernah ketinggalan *update* berita tebaru baik itu baju dll[31]"

Dari hasil wawancara diatas dapat dilihat jika gaya pergaulan dan gaya berpakaian mahasiswa UIN Sunan Ampel selalu mementingkan gaya dan haruslah menggunkan model baju yang terbaru. Ini menunjukan perubahan yang sangat besar terhadap pola pikir mahasiswa UIN sendiri yang mana, sebagai kampus Islam mahasiswa yang berkecimpung didalamnya tidak mau ketinggalan dalam hal busana.

[31]Tiara Manda,wawanacara oleh penulis, 20 November 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.5

Tiara dan Teman-Temannya Sedang Membuka dan Memilih Baju di Online Shop

Dengan posisi letak kampus yang di kelilingi oleh banyak pusat perbelanjaan maka tak heran tata gaya busana mahasiswa UIN sedikit banyak berubah, dikarenakan kiblat cara berbusana menyesuaikan dengan model apa yang sedang *trend* di pusat perbelanjaan tersebut. Namun banyak pula yang menggunakan media sosial sebagai kiblat mereka dalam bertata busana. Berbicara media sosial Tiara Manda, sering menggunakan untuk berbelanja atau sekedar melihat *trend* tata busana "Sering buka lihat-lihat *trend* busana yang sedang *hits*, tapi tetep mencari yang sesuai dengan gaya busana yang bisa digunakan di UIN Sunan Ampel tapi tetap mencari penjual yang besar dan sudah terpercaya, karena saya ketika beli itu pilihan saya dan tidak ada paksaan dari siapa pun[32]."

[32]Tiara Manda,wawanacara oleh penulis, 06 Februari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal ini tidak lepas dari seringnya mahasiswa UIN Sunan Ampel menggunakan media sosial sebagai tempat mereka untuk mencari referensi busana yang terbaru, di tambah lagi dengan banyaknya ragam pilhan bentuk,warna, dan ukuran. Karena bagi mahasiswa barang yang dijual pun jarang ada di toko busana baik itu di pusat perbelanjaan hingga pasar tradisional oleh sebab itu mereka berbelanja di *onlne shop*. Bagi mereka berbelanja di *online shop* memberikan rasa kepuasan dan kesenangan sendiri bagi mereka ini di jelaskan oleh mbak Hesti Vita

> "Berbelanja di *online shop*menurut saya ada kesenangan tersendiridiantaranya baju dan kerudung di *online shop*lebih banyak motif dan bentuk yang jarang ada di toko maupun di mall.Dan juga jika barang sampai berasa mendapatkan kado padahal kita secara tidak sadar kita yang membel sendiri, ditambah jika kain atau model sesuai dengan keinginan kita.Pasti saya akan terus berlangganan di *online shop*tersebut.[33]"

Dari hasil wawancara diatas dapat kita lihat bahwa berbelanja *online shop*sebuah kepuasaan tersendiri bagi seseorang jika barang yang diinginkan terpenuhi. Jika sudah demikian mahasiswa akan terus berbelanja di *online shop* karena rasa puas dan senang itu ada. Dan bagi mereka setelah barang datang akan mereka kenakan dalam melakukan aktivtas baik didalam kampus ataupun diluar kampus untuk menunjukan rasa puas dan bangga karena telah mempunyai barang atau baju terbaru yang sedang menjadi trend di kalanagn mahasiswa khusunya. Dengan demikian mahasiswa rantau atau dari luar kota tdak akan ketinggalan zaman khususnya dalam hal mereka berbusana dan berbelanja karena setiap hari mereka akan membuka dan membeli kebutuhan di *online shop*.

[33] Hesti Vita, wawancara oleh penulis, 20 Nevember 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.6

Proses Wawancara Dengan Hesti Vita

Dalam berbelanja *online shop* rasa percaya akan sangat penting mengingat bahwa belanja onlne shop ini tidak bertemu tatap muka antara penjual dan pembeli. Pembayaran pun lebih banyak menggunakan sistem transfer karena sistem tersebut lebih menghemat waktu dan barang akan sampai lebih cepat karena proses bayar yang sudah di lakukan. Tak jarang pula mereka pelaku penjual barang *online shop* akan menjadi pembeli barang *online shop* karena alasan bebereapa hal salah satunya ialah seperti yang di sampaikan, mbak Aminah Rachim fakultas Adab dan Humaniora.

> "Menurut saya mbak, berbelanja *online shop* itu wajib karena saya termasuk penjual dan pembeli barang *online shop.* Saya punya usaha *online* tapi saya juga belanja produk *online* di orang lain, karena saya tau betapa susahnya memasarkan dan mengenalkan produk kita keorang lain. Apalagi untuk sebuah kepercayaan customer.Saya tidak sembarangan juga memilih toko *online shop*saya sebelum membeli melihat dulu hasil *testi* dan foto tandaan di toko *online* tersebut.Jika saya sudah tertarik dan yakin saya mulai menghubungi kontak yang ada di *bio instagram* toko *online shop*tersebut.Saya juga cukup lama berbelanja lewat media

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sosial.Awalnya dulu coba-coba karena *hits* dikalangan mahasiswi lama kelamaan jadi kecanduan untuk terus berbelanja lagi[34].”

Yang awalnaya coba-coba akan menjadi kebutuhan yang utama,berbelanja di *online shop* karena tuntutan gaya untuk *hits* dan agar terlihat mengkuti perkembangan zaman khususnya dalam hal *fashion*. Dengan rasa percaya dan rasa ingin untuk menjadi anak *hits* di kalangannya banyak mahasiswa yang membeli barang *online shop* untuk kebutuhan sehari-hari, dan tak jarang pula mereka mengeluarkan banyak uang untuk sebuah kepuasan dalam beberlanja memenuhi kebutuhan sehari-hari khususnya kebutuhan sandang.”Ya beli sesuai kebutuhan saja mbak, kan dalam islam juga di ajarkan tidak boleh boros serta ketika beli saya terus mencari yang terbaik dan terpercaya agar tidak teritpu karena kan sudah ada juga kalo tidak salah itu dilarang merugikan salah satu pihak jadi saya pilih yang sudah terpercaya.[35]„

Media sosial menjadi tempat untuk bertemu dan berkumpul para pelaku bisnis baik antara penjual dan pembeli serta orang-orang yang merasa penasaran tentang *online shop*. Dengan perkembangan yang sangat cepat seperti sekarang media sosial seakan menjadi rumah kedua bagi sebagian besar mahasiswa yang gila akan belanja di *online shop* atau pun mereka yang ingin pamer tentang kehidupan mereka mulai bangun tidur hingga tidur kembali. Karena bagi sebagian besar mahasiswa selalu tampil di media sosial ada kebanggan dan rasa puas tersendiri di kalangannya. Hal ini mendorong sebagian mahasiswa yang dari luar daerah Surabaya mau tidak mau untuk melakukan hal yang sama kareana dorongan dari

[34]Aminah Rachim, wawancara oleh penulis, 22 November 2017
[35]Aminah Rachim, wawancara oleh penulis,06 Februari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lingkungan mereka. Media sosial dan *online shop* menjadi satu kesatuan yang tidak dapat di pisahkan dari kalangan mahasiswa saat ini khsusnya bagi mereka yang berada di kota metropolitan seperti Surabaya. Ini seperti yang di sampaikan salah satu mahasiswi UIN yang berbelanja *online* adalah mbak Lailya Rachmawati.

> ”Saya dulu sebelum masuk UIN, masih berstatus anak SMA tidak pernah atau tidak tau apa itu media sosial dan belanja *online*, setelah lulus SMA saya ketrima kuliah di UIN lewat jalur undangan, ada rasa bangga tersendiri. Secara kampus sudah Negeri berstatus Islam juga, dan setelah saya sudah mulai kuliah di UIN, saya merasakan lingkungan yang berbeda. Dari segi teman, cara belajar, lingkungan hingga fashion. Saya kenali satu persatu, dan teman saya satu kelas dia jualan online dan juga penyuka produk *online* saya tanya kenapa kok suka. Dia menjawab karena banyak baju dan kerudung zaman sekarang yang bagus-bagus di *online* mulai saat itu mbak saya mulai mengenal apa itu *online shop*. Saya mencoba belanja memilih barang yang sedang *hits* zaman sekarang, setelah itu saya menunggu beberapa hari barang datang. Saya coba baju yang saya pesan di *online* dan ternyata saya nyaman, saya merasa tidak seperti biasanya. Teman-teman saya juga beda melihat saya banyak yang memuji jika baju yang saya kenakan bagus. Dan mulai saat itu saya mempelajari bahwa inilah fashion saya saat ini, saya merasa nyaman dan lebih percaya diri untuk mendekatkan diri saya ke teman-teman saya.Mulai awal saya mencoba belanja *online* itu semester 1 pas UTS[36].”

Dengan pemaparan di atas dapat dilihat bahwa lingkungan sangat mempengaruhi seoarang mahasiswa untuk mencoba sesuatu, dalam hal ini *online shop* untuk mereka melakukan aktvitas baik menjual produk atau membeli barang. Karena ada dorongan pula dari lingkungan sekitar mahasiswa itu tinggal, maka tak heran mahasiswa akan sering menggunakan *online shop* sebagai cara untuk

[36]Lailya Rachmawati, wawancara oleh penulis, 22 November 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bebelanja kehidupan sehari-hari lebih khusus kepada fashion. Bebelanja di *online shop* mewarkan sejuta barang dan banyak pilihan yang jarang ada di toko-toko pakaian sekitar mahasiswa itu tinggal, karena dorongan itu maka banyak mahasiswa yang membeli barang khususnya baju di *online shop*. Begitu pula sebaliknya para penjual produk akan meng*online*kan produk mereka untuk menarik pembeli baik dari kalangan mahasiswa atau dari kalangan lain, karena dengan begtu penjualbarang akan tetap ada pemasukan dan produk mereka akan laku. Bagi pelaku usaha saat ini media sosal sanagt mempengaruhi pemasukan mereka karena banyak dari pembeli berpindah ke pasar *online shop*. "Kalau saya sih mbak sebelum membeli benar-benar memilih sangat teliti agar tidak ada penipuan seperti yang sudah-sudah dan itu bagi saya tidak di benarkan dalam Islam, jadi saya memilih yang sering di beli oleh teman-teman saya dan sudah punya nama besar.[37]"

Gambar 4.7

Lailya Rachmawati sedang memilh barang di online shop

[37]Lailya Rachmawati, wawancara oleh penulis,06 Februari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Begitu beragam dan begitu banyak barang di tawarkan dalam situs *online shop* yang membuat orang tergiur untuk membelinya meskipun kadang, mereka tidak membutuhkan tetapi karena barang di rasa bagus dan banyak promo maka akan di beli oleh sebagian besar orang. Barang yang di tawarkan pun beragam mulai untuk anak-anak hingga orang dewasa dan bisa di pergunakan baik itu kaum laki-lak atau perempuan, tapi pada fakta yang ada banyak kaum perempuan sebagian besar ialah konsumen, bisa di katakan konsumen tetap karena mereka membeli kebutuh begitu banyak baik untuk kebutuhan rumah atau pun kebutuhan pribadi. Namun tidak sedikit pula kaum laki-laki penyuka *online shop* atau berbelanja di *online shop*.Ada juga mahasiswa bernama Imam Walid Asrofudin mahasiswa Adab dan Humaniora.

> "Saya adalah satu-satunya laki-laki di kelas saya yang suka dan penggemar barang *online shop.* Saya suka berbelanja di media sosial sejak baju yang saya cari ada ditoko *online shop.*Pertama saya iseng cari *hastag* merek baju saya.dan ternyata yang keluar sangat banyak sekali motif dan baju yang selama ini saya cari di toko atau mall tidak ada. Akhirnya saya mencoba membeli satu baju untuk sebuah pengalaman, beberapa hari kemudian baju datang dan ketika saya membukanya. Saya jadi langsung suka sama baju itu dan seketika itu saya berfikiran mudah gampang dan bagus juga di *online shop*ini. Pada saat itu juga saya seminggu ada 2 sampai 3x berbelanja *online shop.*tapi untuk mengecek atau melihat barang di *online* hampir setiap hari. Dan mungkin sebuah keberuntungan bagi saya karena tidak pernah dikecewakan oleh barang barang*online shop*.[38]."

Dari pemaparan di atas barang-barang yang di tawarkan di *online shop* begtiu banyak hingga produk yang sekira di katakan "punah" ternyata masih di jumpai di *online shop*. Berbelanja di *online shop* seperti kita sedang berada di tengah

[38]Imam Walid Asrofudin, wawacara oleh penulis, 22 November 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

wahana wisata yang mana kita akan dibuai oleh begitu banyaknya permainan dan kareana penasaran kita akan menaiki satu persatu hingga akhirnya kita terbawa suasana untuk melakukannya terus terus hingga terus karena ada rasa senang disana, itu yang banyak di rasakan oleh sebagian besar mahasiswa UIN Sunan Ampel dalam melakukan belanja di *online shop* mereka akan terus menerus melakukan karena dorongan dari lingkungan mereka tinggal atau lingkungan kampus untuk menjadi anak *hits*. " Kalau saya cowok tidak terlalu melihat hal itu sih mbak, *toh* saya kalau beli itu di *online shop* yang biasa saya beli jadi saya sudah percaya, tapi saya tetap percaya pasti ada sebab akibat untuk setiap yang dilakukan asal kita niat baik saja *insya Allah* tidak ada akan tertipu.[39]"

Bagi sebagian besar mahasiswa yang berasal dari daerah sangat menggantungkan *online shop* sebagai salah satu pasar mereka, untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan untuk kesetaraan dalam hal busana dengan teman yang lain ketika merkea melakukan aktivitas baik di dalam ataupun di luar kampus. Mahasiswa dan *online shop* saat ini terus berkembang banyak dari mahasiswa yang menjadi pelaku produsen dan konsumen dalam situs *online shop*, bagi mereka yang produsen akan sangat mudah untuk menarik minat dari teman-teman sekitar kampus mereka untuk membeli barangnya, dan bagi konsumen mereka juga melakukan hal yang sama yakn menarik teman-temannya untuk membeli bersama karena, bisa di katakan lebih murah jika ada promo dan mereka akan terlihat kompak karena membeli barang yang sama dengan temannya.

[39]Imam Walid Asrofudin, wawacara oleh penulis, 30 Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.8

Imam membuka situs online shop

Karena pasar ikatan teman akan sangat mudah untuk menjual atau membeli barang di *online shop* ini seperti yang dikatakan oleh Vara Syarifah Ulfi lmiah

> ““Menurut saya berbelanja *online* itu cocok sekali bagi mahasiswa. Tapi untuk saya pribadi tidak terlalu suka barang-barang *online shop*, mungkin saya pernah berbelanja *online* tapi toko *onlne shop* tersebut punya temen saya sendiri. Jadi saya mau beli jika saya tau bahan dan motif sebenarnya.Dan kebetulan teman saya berjualan kerudung *online* jadi dia pemakai produk sendiri.Mulai dari situ saya berani membeli produk teman saya itu[40]”.

Dari penjelasan di atas dapat di lihat pasar ikatan teman akan sangat dengan mudah untuk menjual barang karena sudah ada rasa percaya antara penjual dan pembeli, di samping itu juga bisa dijadikan sebagai alat ukur ketika kita akan membeli barang karena sudah tahu bahan dan modelnya seperti apa. Ketika sudah demikian rasa untuk membeli barang *online shop*akan semakin menjadi, bahkan

[40]Vara Syarifah Ulfi lmiah, wawacara oleh penulis, 25 November 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tak hanya satu barang mgkin yang dibeli bisa jadi beberapa barang yang di beli mengingat sudah mengetahui bahan dan model yang akan dibeli. Jadi bisa dikatakan ketika salah satu teman dari mahasiswa ada yang penjual barang *online shop* barang yang di jual bisa di coba dahulu apakah cocok atau tidak, karena jika langsung membeli barang di *online shop* tidak dapat mencoba terlebh dahulu.”Karena bagi saya sendiri rasa percaya itu hal yang utama dalam *online shop* mbak, jadi jika sudah percaya dan sering transaksi saya yakin tidak ada penipuan dan saya merasa setiap penjual barang *online shop* pasti ingin keuntungan jadi untuk melakukan penipuan sangat kecil, kecuali mereka sudah punya niatan sebelumnya.”[41]

Terlebih lagi jika di lihat dalam hukum jual beli adalah mubah (boleh). Namun pada suatu posisi tertentu, hukum jual beli itu bisa menjadi sunnah, wajib, haram, dan makruh. Dalam hal jual beli terkadang penjual dan pembeli kurang memahami apa yang mereka jual atau pun apa yang mereka beli, untuk itu di pahami dasar hukum, prinsip utama dalam jual beli adalah suka sama suka yang tidak mengandung unsur riba dan bathil, sehingga tidak ada salah satu pihak yang di rugikan baik dari segi penjual ataupun pembeli. Selain itu, harus di perhatikan dalam jual beli harus menggunakan jalan yang halal dan barang yang diperjual belikan halal juga. Maksud dari halal ialah yang diperbolehkan oleh agama untuk diperjualbelikan atau diperdagangkan dengan cara yang sejujur-jujurnya dengan tetap mengindahkan peraturan jual beli.

[41]Vara Syarifah Ulfi lmiah, wawacara oleh penulis, 1 Februari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jika melihat kondisi yang ada seperti sekarang ini banyak mahasiswa khususnya dari fakultas syariah di UIN Sunan Ampel Surabaya yang sedikit banyak mengetahui hukum islam dalam jual beli. Begitu pun dengan jaul beli *online shop* yang hampir seluruh transaksinya tidak bertemu tatap muka antara penjual dan pembeli, hanya lewat media penghubung yakni media sosial ini seperti yang disampaikan oleh Vita mahasiswa fakultas Syariah

> "kalo aku sih yang penting tidak ada kebohongan dalam transaksi toh ketika awal melihat dan memilih sudah kita sudah mengesahkan akad jual beli itu, tanpa kita ada rasa keterpaksaan satu sama lain dan ketika saya membeli pun akan sangat hati-hati dalam memilih suatu situs *online shop* yang mana itu sangat mempengaruhi dalam hal kualitas dan kuantitas barang yang akan kita beli, karena saya tahu proses transaksi sanagat jarang untuk bertemu langsung ,jadi saya sangat sering membuka banyak situs *online shop* ketika akan membeli baju."

Mengingat kembali bahwa kita hidup di negara hukum oleh karena itu setiap yang kita lakukan dan perbuat akan ada payung hukum, termasuk dalam hal jual beli *online* ini, baik itu hukum negara atau pun hukum islam. Banyak dari mahasiswa UIN Sunan Ampel yang berasal dari pondok pesantren, mereka menegetahui dan mempelajari bagaimana hukum jual beli dalam islam jika melihat perkembangan zaman dan melihat fenomena yang ada, dirasa mereka lebih memilih untuk tidak terlalu memikirkan hal itu secara mendalam karena bagi mereka tampil dengan mengenakan baju atau acesoris keluaran terbaru akan membuat mereka terlihat lebih menarik dari teman-teman lain mereka. Kerena jika dilihat kembali dalam situs *online shop* banyak juga yang menjaul kebutuhan atau baju untuk *hijabres* dengan tetap model yang menutup aurat namun tetap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

modis di era sekarang, tak jarang pula para kaum *hijabres* juga memadu padankan dengan aksesosris untuk menambah nilai lebih dalam hal penampilan mereka.

Namun tak jarang sebagian dari mahasiswa ada yang sebagai penjual barang *online shop* untuk mencari sedikit tambahan uang jajan dan juga untuk pemenuhan kebutuhan lainnya,maklum saja sebagian besar mahsiswa yang berada di kampus UIN Sunan Ampel berasal dari luar kota. Mereka menjadi penjual barang *online shop* untuk mencarai tambahan uang jajan selama berada di Surabaya, mereka ada yang membeli di tengkulak dengan haraga grosir dan mengambil dari toko untuk di jual kembali namun dengan standart harga dari toko tersebut. Dari cara itu mahasiswa akan sedikit menaikan harga ketika akan menjual barang tersebut,untuk keuntungan dan tambahan biaya hidup. Yang awalnya satu barang sebagai pembuka jalan rejeki ketika sudah banyak peminat mahasiswa akan mengambil banyak barang dari tengkulak untuk di jual kembali dengan harga yang sudah di sesuaikan dengan kondisi barang. Dengan berbekal akun di media sosial mahasiswa akan mencoba untuk menawarkan kepada teman-teman terdekat dahulu untuk membeli barang ada juga yang langsung di tawarkan di lingkungan luar kampus.

Namun ada juga mahasiswa yang berperan ganda yakni sebagai penjual dan pembeli barang *online shop*, ini mereka lakukan masih sama karena alasan mencari keuntungan namun ada juga yang sekadar sebagai pembeli kareana melihat barang yang dijual bagus dan tidak ada di mall atau toko baju sekitar mereka tinggal. Karena tuntutan kebutuhan juga mahasiswa yang sebelumnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai penjual barang *online shop* akan bertukar menjadi pembeli barang *online shop*, ini seperti yang di tuturkan oleh Mariana Avrilliana

> "Jadi begini mbak, saya itu kalo belanja online sesuai kebutuhan. Jika ditoko biasa gak ada dan di mall juga gak ada, saya baru nyarik di *online* karena saya kan juga jualan *online* ya mbak. Jadi saya mengerti kalo mahasiswi atau mahasiswa belanja *online* itu jika dia sudah mencari ditoko atau mall gak ada barang yang diinginkan. Alasan saya kenapa harus nyarik di *online* karena dengan saya mengetik *hastag* barang yang saya cari, barang tersebut akan muncul d *timeline instagram* saya mbak. Dan juga saya juga cukup lama belanja *online* sekitar kelas dua SMA[42]".

Karena alasan kemudahan dan banyaknya pilihan model serta gaya membuat banyak mahasiswa menarik diri untuk berbelanja di *online shop*, kemudahan itu juga terlihat untuk membayar ataupun untuk menunggu barang itu datang. Karena media sosial sangat amat berpengaruh kepada kehidupan mahasiswa baik itu, mahasiswa yang berasal dari dalam kota (Surabaya) ataupun luar kota. Bagi mahasiswa dalam kota media sosial mungkin bukan hal yang asing bagi mereka karena mungkin 3 atau 4 tahun yang lalu mereka sudah mengenal media sosial dan di dalam media sosial itu terdapat beberapa *online shop* yang menawarkan banyak barang baik untuk kehidupan sehari ataupun untuk barang yang sifatnya peralatan rumah tangga. Namun bagi mahsiswa luar kota khususnya kota yang masih berkembang (bukan kota metropolis) media sosial hanyalah sekedar media sosial yang isinnya hanya status dan juga foto dari masing-masing teman mereka, ada juga *online shop* namun mereka jarang memanfaatkan karena belum mengetahui secara pasti fungsi dan guna *online shop* untuk apa. " Saya juga penjual barang *online shop* mbak, kalau menurut saya pasti semua itu ada balasan

[42]Mariana Avriilliana, wawacara oleh penulis, 25 November 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan hukuman atas semua yang di lakukan jadi saya akan menjaga rasa percaya dari *customer* itu sangat penting."[43]

Gambar 4.9

Proses wawancara dengan Mariana Avriliana

Ketika mereka bekuliah di kota metropolitan seperti Surabaya sebagaian besar dari mereka sedikit demi sedikit mulai mengenal dan mengetahui *online shop* itu apa, akhirnya banyak dari mereka awalnya mencoba hingga akhrinya ketagihan serta menularkan kepada orang rumah mereka tinggal ketika pulang kampung.Karena ketika mereka pulang ke kampung halaman masih membawa kebisaaan yang ada di kota Surabaya khsusunya bergelut dengan media sosial dan membeli barang di *online shop*.

Jika sudah demikan virus membeli barang memalui *online shop* akan cepat menyebar karena tututan zaman dan perkembangan yang ada saat ini. *Online shop*akan merata di kehidupan msyarakat tidak memandang siapa yang mengakses, akan terus berkembang karena semua proses yang ada di*online shop* memberikan kemudahan baik bagi penjual maupun pembeli. Meskipun awalnaya hanya coba-coba akan memberikan efek ketagihan karena barang yang datang

[43]Mariana Avriliana, wawacara oleh penulis, 30 Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memberikan rasa puas terhadap pembeli ini seperti yang disampiakn oleh Lutfiatus Sholihah .

> "Saya dulu semester satu masih polos mbak, gak tau apa itu *online shop*.Saya tau *online shop*dari teman-teman saya yang mereka selalu *up to date*tentang penampilan. Saya iseng-iseng nanya, dan mereka dengansenang hati memperkenalkan saya apa itu belanja *online*.Mulai saat itu mbak saya disuruh nyoba sama temen saya buat belanja*online* dan setelah saya coba beli kerudung *online* dan setelah barangdatang saya langsung memakai kerudung itu.Saya buat kekampus, dan ternyata banyak juga yang nanyasaya beli dimana.Mulai saat itu saya sering belanja *online*karena menurut saya belanja *online* bisa membuat saya tidakketinggalan zaman untuk sebuah fashion.Karena menurut saya *fashion* adalah nomer satu untuk bisa membangun rasa percaya diri kita untuk tetap eksis[44]".

Gambar 4.10

Lutfiatus Sholihah dan rekan sedang membuka situs online shop

Dari penjelasan di atas dapat di lihat bahwa jika sudah memliki baju yang sedang trend di kalangan mahasiswa itu akan menambah rasa percaya diri, dan untuk eksistensi di kalangan mahasiswa. Berbelanja di *online shop* memberi dampak yang sangat signifikan baik itu dalam segi penampilan dan juga

[44]Lutfiatus Sholihah, wawacara oleh penulis, 25 November 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

eksistensi, karena barang yang di jual dalam online shop merupakan barang yang*limited edition* atau barang langkah yang tidak ada di toko maupun pasar serta pusat perbelanjaan. “Saya dulu dari pondok pesantren sedikit banyak mengetahui, namun jika melihat keadaan sekarang dan saya juga sering belanja di *online shop*, ketika berbelanja lebih memilih yang sudah biasa saya beli karena tahu model,bahan dan kualitasnya untuk tingakat penipuan itu akan sanagat tipis.”[45]Gaya berbelanja melalui *online shop* dikalangan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang merupakan sebuah budaya baru (rasa lama), mudah di terima dan dianggap *trend* apalagi mereka para mahasiswa yang hidup di Surabaya yang merupakan Kota Metropolis. Pada era Modern saat ini yang di dukung dengan kemajuanteknologi dan arus informasi membuat masyarakat lebih terbuka padapengetahuan global.Tidak bisa dipungkiri lagi *trend* mode di Indonesiabanyak dipengaruhi oleh budaya barat.Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi seseorangmengikuti gaya hidup komsumtif antara lain sebagai berikut:

1) Faktor Lingkungan

Kampus UIN Sunan Ampel yang terletak di Kota Surabaya. Ibu kotaprovinsi Jawa Timur. Surabaya merupakan kota terbesar kedua setelahJakarta, dengan beberapa keanekaragaman yang kaya dan saat ini juga telahmenjadi pusat bisnis, perdagangan, industrialisai, dan pendidikan di Indonesiakhususnya Provinsi Jawa Timur.Kalau dilihat disekitar UIN Sunan Ampel ada beberapa Mall yangdekat yaitu Cito Mall maupun Royal Plaza. Ada juga restoran cepat saji KFCdi Jalan

[45]Lutfiatus Sholihah, wawacara oleh penulis, 30 Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ahmad Yani 117, yang tentunya juga membuat mahasiswa UINSunan Ampel mengikuti mode gaya hidup yang sifatnya kekinian yang laginge-tren di perkotaan.Lingkungan dimana tempat seseorang dibesarkan dan bersosialisasi dengan individu lainnya tentunya mempunyai pengaruh seseorang dalam berperilaku dan mengikuti atau cenderung meniru dengan kelompokbergaulnya

2) Faktor Media Sosial (Sosmed)

Pada saat ini media sosial merupakan salah satu media *online* yangbanyak digunakan oleh masyarakat khususnya anak muda di belahan bumimanapun.Hal ini tentu ada beberapa alasan dan faktor yang mempengaruhimasyarakat memilih menggunakan media sosial. Kemudahan dalammenyebarkan dan menerima informasi merupakan salah satu alasan mediasosial berkembang semakin maju dan sanagt pesat. Hingga kini media socialsudah dianggap menjadi salah satu bagian hidup seseorang yang sulitterpisahkan dari penggunanya.Menggunakan akun sosmed untuk melihat produk-produk yang terbaru.Setelah mengetahui produk-produk baru tersebut dia akan membeli barangbaru tersebut untuk kemudian hari dia akan pakai untuk ke kampus dan jalan-jalansama temannya.

3) Faktor Keluarga dan Ekonomi

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tuaakan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhipola hidupnya.Karena peran setiap anggota keluarga dalam membeli dan mengkonsumsiberbeda-beda menurut barang yang akan dibelinya. Anggota keluarga dapatmemberikan pengaruh yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kuat terhadap perilaku membeli danmengkonsumsi makanan tersebut sehingga memberikan sebuah pengaruhkeperibadiannya.

4) Faktor Hobi (Kebiasaan bawaan)

Hobi merupakan sebuah kegemaran atau sebuah kebiasaan untuk melakukan sesuatu yang dilakukan dengan intensitas yang tinggi gunamendapatkan sebuah kepuasan tertentu.Hobi merupakan hal yang sangatwajar bila dimiliki oleh setiap orang. Dari hasil wawancara dengan beberapainforman hobbi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seorangmahasiswa mengikuti gaya hidup komsumtif.

C. Kehidupan Pembeli Barang *Online Shop*di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya: Tinjauan Teori Kontruksi Sosial Peter L Berger

Setelah mengumpulkan data yang dibutuhkann dalam penelitian, langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan analisis terhadap data yang telah terkumpul. Analisis data merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, ke tagorisasi dan satuan uraian besar analisis data dilakukan untuk mengkaji dan mengolah data yang telah terkumpul agar dapat memperoleh kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Penelitian ini menggunakan teori konstruksi sosial untuk melihat fenomena sosial di lapangan.Menurut Peter L Berger teori kontruksi sosial merupakan teori sosiologi kontemporer yang berpijak pada sosiologi pengetahuan.Dalam teori ini terkandung pemahaman bahwa kenyataan dibangun secara sosial, serta kenyataan dan pengetahuan merupakan dua istilah kunci untuk memahaminya.Kenyataan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena fenomena yang diakui memiliki keberadaannya sendiri sehingga tidak tergantung kepada kehendak manusia, sedangkan pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomena fenomena itu nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik[46].

Dunia kehidupan sehari-hari merupakan suatu yang berasal dari fikiran dan tindakan manusia, dan dipelihara sebagai yang nyata dalam pikiran dan tindakan.Dasar-dasar pengetahuan dalam kehidupan sehari-hari adalah objektivasi (pengobjektifan) dari proses-proses dan makna-makna subjektif dengan mana dunia akal sehat intersubjektif dibentuk. Dalam proses pengobjektifan, Berger dan Luckmann menekankan adanya kesadaran, dan kesadaran itu selalu intensional karena ia selalu terarah pada objek dasar kesadaran (esensi) memang tidak pernah dapat disadari, karena manusia hanya memiliki kesadaran tentang suatu fenomena. Baik menyangkut kenyataan fisik lahiriyah maupun kenyataan subjektif batiniah.Seperti halnya manusia, yang juga meiliki kesadaran tentang dunia kehidupan sehari-harinya sebagaimana yang dipersepsinya.

Bagi Berger dan Luckmann kenyataan hidup sehari-hari sebagai kenyataan yang tertib dan tertata.Fenomena-fenomenanya seperti sudah tersusun sejak semula dalam bentuk pola pola yang tidak tergantung pada pemahaman seseorang.Kenyataan hidup sehari hari tampak sudah diobjektivasi, sudah dibentuk oleh suatu tatanan objek-objek sejak sebelum seseorang hadir.Dalam hal

[46] Berger,L Peter, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan.*(Jakarta: Lembaga penelitian,pendidikan,dan penerangan ekonomi sosial, 1990) 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini, bahasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari terus menerus dipakai sebagai sarana objektifasi yang membuat tatanan menjadi bermakna[47].

Jika dikaitkan dengan konsep teori konstruksi sosial ialah suatu proses pemaknaan yang dilakukan oleh setiap individu terhadap lingkungan dan aspek diluar dirinya yang terdiri dari proses Internalisasi, Eksternalisasi, dan Obyektivasi. Internalisasi adalah penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia, obyektivasi adalah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi, dan Eksternalisasi adalah individu mengidentifikasi diri ditengah lembaga-lembaga sosial dimana individu tersebut menjadi anggotanya

*Online shop*merupakan sarana atau toko yang menawarkan barang dan jasa lewat internet. Konsumen pada *online shop*dapat melihat barang secara langsung melalui bentuk gambar atau foto-foto dalam bentuk vidio. Biasanya, barang-barang yang dijual oleh *online shop*merupakan barang yang *limted edition* atau hampr "punah" atau bisa dikatakan tidak ada dalam toko-toko, pasar, dan mall. Sehingga, kondisi yang demikian semakin menarik minat pembeli seseorang atau mahasiswa untuk membelinya karena tergiur dengan model dan motif yang ada di *online shop*yang tidak ditemukan di toko dan mall sekitar mereka tinggal.

Pada saat ini, media sosial memang sedang menjadi trend dikalangan mahasiswa.Terutama instagram yang merupakan media sosial yang digunakan untuk mengunggah foto-foto ataupun vidio pendek yang dapat dibagikan ke meda sosial lainnya, baik itu *facebook, whatsapp, line,* dan *bbm.*Fungsi tersebut

[47] Berger,L Peter, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan.*(Jakarta:Lembaga penelitian, pendidikan,dan penerangan ekonomi dan sosial, 1990) 32

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kemudian dmanfaatkan oleh sebagian orang untuk mengunggah foto-foto produk *online shop*dengan dilengkapi klasifikasi barang dan juga harga dari produk tersebut. Ini membuat setiap orang yang sedang mengakses media sosial akan langsung dapat melihat produk yang dijual dalam *online shop.* Beserta dengan klasifkasi dan harga barang tersebut. Hal ini akan semakin memudahkan konsumen (mahasiswa) untuk memilih produk yang disukai. Sebab dalam media sosial juga dapat dketahui beberapa produk dari *online shop*dalam waktu yang bersamaan.Ini merupakan manfaat yang dapat diperoleh oleh konsumen dari *online shop.*

Manfaat dari belanja *online shop*adalh dengan menggunakan kemudahan karena pelanggan dapat memesan poduk dalam waktu 24 jam sehari dimanapun berada sehingga tidak perlu repot; adanya kejelasan informasi karena pelanggan dapat memperoleh beragam informasi komparatif tentang perusahaan, produk dan pesaing tanpa meninggalkan pekerjaan yang dilakukan oleh pelanggan; dan tingkat keterpaksaan yang lebih sedikit karena pelanggan tidak perlu menghadap atau melayani bujukan dari faktor-faktor emosinal; hadirnya bergam produk yang dapat diakses dalam media sosial menyebabkan semakin mudah seseorang menemukan barang atau produk yang diinginkan. Selain itu, barang-barang yang telah diposting dalam media sosial juga mampu menarik mahasiswa yang mengakses media sosial karena langsung terdapat klasfikasi yang detail dari barang atau produk tersebut.Maka mahasiswa dapat secara langung mengetahui kualitas dari barang yang diposting di media sosial tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal ini merupakan proses untuk menarik minat pembeli yang dilakukan oleh pemilik *online shop*untuk melakukan order terhadap produk tersebut. Dengan demikian pemilik *online shop*akan mendapat keuntungan dan bagi pembeli akan mendapatkan kepuasaan karena barang yang diinginkan sudah didapat, ketka mahasiswa memakai barang tersebut akan lebih menjadi percaya diri karena mengenakan produk *limted edition* dalam kehidupan sehari-hari baik dirumah maupun dikampus para mahasiswa tersebut juga dituntut untuk selalu tampil modis sesuai dengan perkembangan zaman agar tidak terlihat ketinggalan zaman. Tuntutan tersebut yang menjadikan mahasiswa untuk selalu merubah penampilannya sesuai dengan zaman dan perkembangan mode saat ini.Perubahan penampilan yang mencolok terlihat dari luar tubuh seperti pakaian dan kosmetik yang menjadi pendukung penampilan setiap manusia.Oleh sebab itu, baju dan kosmetik menjadi produk terbanyak yang dipesan oleh mahasiswa terutama oleh mahasiswi.

Mengingat kembali bahwa letak kampus UIN Sunan Ampel yang dikelilingi oleh pusat perbelanjaan yang berada di kota metropolis seperti Surabaya menuntut mahasiswa yang dari luar kota untuk mengikuti perkembangan mode dan model *fashion* dikalangan UIN Sunan Ampel. Proses awal jika melihat dari teori konstruksi sosial ialah Internalisasi, bagi mereka yang dari luar kota akan mulai mencoba untuk melihat lingkungan sekitar apa yang membuat tamplan dan gaya busana lebih terlhat modis dan modern, proses awal mereka ialah mual mengamati teman-teman sekalas untuk mencari tahu apa yang menyebabkan tampilan dari temannya yang lain lebih terlihat modis. Karena mereka menuntut ilmu dikota

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Surabaya mau tidak mau mereka akan mengikuti perkembangan zaman. Mahasiswa dari luar kota akan terus mencari dan mengamati tampilan dan gaya busana teman-teman yang lain untuk di terapkan kepada dirinya sendri agar terlhat sama gaya dan usana dengan teman lainnya.

Bagi mahasiawa yang dari luar kota*online shop* merupakan kata yang jarang di dengar dari daerahnya,karena keterbatsan signal atau alat komunikasi lannya untuk mengakses *online shop*. Ketika mereka masuk di Surabaya mulailah mereka di perkenalkan oleh teman-temnnya apa itu*online shop* dan kenapa banyak mahasiswa yang melakukan jual beli barang disana khusunya produk pakaian. Preoses yang kedua ialah Eksternalisasi karena mengetahui berbelanja di *online shop* bisa mendapatkan barang yang modis dan kerena maka mahasiswa tersebut akan mencoba untuk melihat terlebih dahulu barang-barang yang di jual di *online shop* tersebut, mereka tidak langsung membelinya karena mereka mencari model dan gaya yang pas untuk keseharian dan juga tetap di pandang modis. Ketika di rasa ada yang sudah pas mahasiswa akan melakukan transaksi baik itu melalui transfer atau pun COD untuk proses pembayaran. Pada proses inilah mahasiswa akan mulai membeli barang di *online shop* dan mengenakan untuk kegiatan sehari-hari baik itu di dalam kampus atau pun di luar kampus.Selanjutanya proses terakhir adalah objektivasi, untuk menjawab rasa penasran mengapa tampilan mahasiswa bisa lebih terlihat modis dan keren, karena juga tuntutan lingkungan dan perkembangan zaman yang harus terus mereka ikut maka berbelanja di*online shop* menjadi suatu keharusan untuk menambah rasa percaya diri. Proses objektivasi ini menjad proses yang terakhir dari kontruksi sosial yang telah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terbangun di kalangan mahasiswa khususnya dalam berbelanja *online shop.* Yang mana budaya ini secara tidak langsung terbangun oleh perkembangan teknologi yang saat ini semakin berkembang.

Dengan kondisi dan lingkungan yang ada di kampus UIN Sunan Ampel dan data yang ada di lapanagan bahwa teori konstruksi sosial yang sudah di paparkan sebelumnya dirasa peneliti pas untuk penelitian ini dikarenakan kondisi mahasiswa UIN Sunan Ampel banyak yang dari luar daerah dan proses jual beli*online shop* sudah ada sebelum mereka masuk di UIN Sunan Ampel maka mau tidak mau mereka akan mengikuti perkembangan zaman tersebut baik itu untuk ursuan membeli busana ataupun untuk membeli kebutuhan lainya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *online shop*dikalangan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memberikan berbagai perubahan cara berbelanja dan gaya hidup mahasiswa. Mahasiswa yang awalnya dari luar kota, jawa maupun desa yang awalnya tidak begitu peduli dengan penampilan yang mereka kenakan menjadi peduli dengan melihat lingkungan kampus yang mayoritas mahasiswa sangat menjaga penampilan hingga cara bergaul dengan sesama teman dikampus. Hal ini dapat dibuktikan dengan berbagai pernyataan sebagian mahasiswa UIN yang hanya sekedar mengikuti trend dlingkungan mereka. Dan mereka lama kelamaan menjadi nyaman dan merasa percaya diri jika bergaul dilingkungan kampus

Salah satu trend pada saat ini dilingkungan kampus adalah berbelanja *online.Online shop*sudah banyak menggantikan model belanja konvensional menjadi *online shop. Online shop*memberikan kemudahan dalam memenuhi gaya hidup mahasiswa yang awalnya tidak menggunakan metode berbelanja *online.* Kecenderungan mahasiswa menggunakan *online shop*karena adanya cara bertindak, berfikir, dan merasa ada diluar individu dan sifatnya sedikit memaksa serta terbentuk karena adanya pola didalam lingkungan kampus, sehingga seorang individu harus mengikuti. Bagi seorang individu yang tidak mengikuti apa yang terjadi dilingkungan kampus, maka akan diperoleh sindiran atau ejekan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengaruh lingkungan tempat tinggal, media massa, dan teman sekawan kampus sangat berpengaruh terhadap terjadinya suatu perilaku mahasiswa dalam menggunakan *online shop*sehingga terjadi suatu kebiasaan. Selain itu *online shop*sistem penjualannya cukup praktis dan fleksibel.*Online* ini dapat menjadi ajang bergengsi bagi setiap individu karena cukup kepuasaan dalam penyediaan warna-warni barang, model, dan motifnya.Sehingga dinilai indah sebegai keindahan dalam pemenuhan kebutuhan *fashion.*

Ada tiga tahapan diteori kontruksi sosial dalam kehidupan mahasiswa berbelanja *online shop* dikalangan UIN Sunan Ampel diantaranya yang pertamaInternalisasi, setiap individu atau mahasiswa melihat gaya hidup dan tata busana yang sedang *hitz* dikalangan UIN, dari situ sebagian mahasiswa mencari tahu melalui media sosial. Setelah mencari tahu di media sosial proses selanjutnya yaitu Eksternalisasi, proses ini melibatkan apa yang sudah mereka lihat dimedia sosial khususnya *trend* busana, mahasiswa akan berusaha mencocokkan dengan drinya dari mulai atas sampai bawah. setelah merak merasa cocok dan nyaman dengan baju yang mereka kenakan, mahasiswa mencoba untuk memkai nya pada saat kekampus. Selanjutnya Objektvasi, proses ini menjadi proses terkahr dalam teori kontruksi sosial yang telah terbangun dikalangan mahasiswa khusunya berbelanja *online shop,* yang mana budaya ini terbangun secara tidak langsung dalam perkembangan zaman.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. SARAN

Bagi mahasiswa UIN mengikuti zaman tidaklah sebuah masalah, tetapi dizaman modern seperti ini gaya hidup harus sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan kita dalam berbelanja. Dan sebagai seorang mahasiswa harus selalu memperhatikan penampilan diri baiknya diseimbangkan dengan uang yang ada.Apalagi seorang mahasiswa yang belum mempunyai pekerjaan dianjurkan membiasakan diri menabung dan mengontrol pengeluaran dalam berbelanja.

Pembelian barang *fashion* pada jasa *online shop*telah sering dilakukan hingga menjadi suatu kebiasaan dikalangan mahasiswa yang mengakibatkan suatu kecenderungan sehingga mahasiswa menomer duakan kepentingan akademisnya, hal tersebut tidaklah salah akan tetapi sangat diperlukan kesadaran diri akan pentingnya pemenuhan keperluan akademis yang seharusnya lebih diutamakan sebagai penunjang prestasi belajar mahasiswa itu sendiri sehingga dapat menciptakan perubahan yang baik terhadap kehidupan pribadi maupun perubahan dalam kegiatan kampus.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman Dudung,,*Pengantar Metode Penelitian* Yogyakarta: Kurnia Alam Semesta,2003.

Berger,L Peter,*Tafsir sosial atas kenyataan.* Jakarta: Lembaga penelitian,pendidikan,dan penerangan ekonomi sosial,1990.

Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*. Jakarta:Prenada Media Group,2007.

Djumhur dan M. Suryo,*Bimbingan dan Penyuluhan di Sekolah.* (Bandung: CV.Ilmu,2000.

Engel, J.F, Blackwell, R.D, Miniard, P.W.,*Perilaku Konsumen, jilid 1,* Diterjemahkan oleh Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara,1994.

Sutisna,*Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran.*Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2003.

FakihMansour,*Runtuhnya Teori Pembangunan dan Globalisasi.*Yogyakarta: Insist Press dan Pustaka Pelajar,2006.

Google Privasy Policy, httpd://kkbi.web.id

Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K., *Consumer Behavior : BuildingMarketing Strategy. 9 edition.* New York: McGraw Hill,2004.

http://www.hermantolle.com/class/docs/online-shopping diakses pada tanggal 09Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

http://www.uinsby.ac.id/id/187/rencana-strategi.html. Diakses pada tanggal 19 Desember 2017 pukul 17 : 12

http://www.uinsby.ac.id/id/187/rencana-strategi.html. Diakses pada tanggal 19 Desember 2017 pukul 15:08

Imam Gazhali Maskyur, Lc. Dkk,2014,*ALMUMAYYAS AL-QUR'AN Tajwid Warna Transliterasi Per Kata Terjemah Per Kata*. Cipta Bagus Segara:Bekasi,2014.

Janus Sidabalok,*Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* Bandung:Citra Aditya Bakti,2006.

Loekamto, A. *Implementas Technology Acceptance Model. Dalam Online Shopping, Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen Vol 1*

M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*. Jakarta:Prenada Media Group, 2007.

Nanang Martono, *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2012.

Panduan penyelenggaraan Program Strata Satu (S1) dan Program Magister (S2) Sunan Ampel Surabaya, (Surabaya, UIN Sunan Ampel: 2013)

Shohibullana, I. H. *Kontrol Diri dan Perlaku Konsumtif Pada Siswa SMA*

(ditnjau dari lokas sekolah)(Jurnal Online Psikologi)

Sugiyono,*Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandunng : CV. Alvabeta,2010.

Sugiyono,*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*Bandung:CV:Alvabeta,2010.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Suharsini Arikunto, 2006,*Prosedur Penelitian: Suatu Pengantar Praktek*. Jakarta: PT Asdi Mahastya, 2006.

Sutarman,*Pengantar Teknologi Informasi*Jakarta: Bumi Aksara, 2009.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id