

“Perilaku Konsumen Terhadap Era Digital”

Tugas Makalah E-Bisnis (R) Kamis,17.00-19.15



Nama : Rio Dwi Prakasa

NBI : 1211800159

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi Manajemen

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

2020

Latar Belakang

Pada saat ini teknologi menjadi suatu bagian penting dalam menjalankan sebuah perusahaan atau sebuah organisasi. Perkembangan teknologi informasi yang memudahkan aktivitas kehidupan manusia sudah menyebabkan ketergantungan yang sangat tinggi akan informasi. Kondisi kemajuan teknologi informasi dan industri yang berlangsung dengan amat cepat menuntut setiap Negara membenahi diri dengan meningkatkan sumber daya manusia agar dapat bersaing dengan sehat dengan Negara lainnya. Pada era digital seperti ini manusia secara umum memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa lepas dari pengaruh teknologi. Teknologi menjadi kebutuhan bagi manusia sekarang karena dapat memudahkan manusia dalam melakukan apapun seperti mengerjakan tugas, pekerjaan kantor, bahkan berbelanja online.

Dengan teknologi berbelanja tidak lagi harus datang ke tempat kita bisa memesannya melalui aplikasi E-Marketplace, dalam sebuah E-Marketplace atau bisa dikatakan pasar online pasti ada sebuah transaksi yang terjadi, tentang barang apa yang di tawarkan maupun (Konsumen) seseorang mau membeli atau mencari apa yang dibutuhkannya. Konsumen tentunya akan memikirkan barang apa yang akan dibeli, harga, kualitas, fungsi atau kegunaan barang tersebut.

Teknologi juga mempengaruhi perilaku konsumen seperti memikirkan, mempertimbangkan, dan mempertanyakan barang sebelum membelinya. Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk diketahui meliputi seluruh individu dari berbagai usia, jenis kelamin, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya.

Tinjauan Pustaka

- A. Perilaku konsumen merupakan suatu bagian dari perilaku manusia yang tidak bisa dipisahkan dari bagiannya. Studi tentang perilaku konsumen bertujuan untuk mengetahui selera konsumen yang senantiasa berubah dan untuk memengaruhi selera konsumen yang senantiasa berubah karena perkembangan yang membuat sebuah produk berubah bentuk, kualitas maupun rasa. Dalam system ini perilaku konsumen adalah kegiatan manusia dalam membicarakan perilaku konsumen berarti tidak hanya membicarakan ruang lingkup manusia tetapi juga faktor-faktor lainnya. Lebih lanjut (Mowen) berpendapat bahwa perilaku konsumen merupakan aktivitas seseorang mendapatkan, mengkonsumsi atau membuat barang maupun jasa pada saat proses pembelian produk. Menurut Engel, Blackwell dan Miniard, Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan produk dan jasa termasuk proses awal serta tindakan pembeli. Mengetahui keinginan konsumen tentang barang atau jasa maupun bagaimana Jenis konsumen sangatlah penting karena dengan menganalisa terlebih dahulu dapat mengetahui barang seperti apa yang diinginkan serta bagaimana cara komunikasi yang tepat dengan konsumen
- B. Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, keputusan pembelian konsumen tidak akan dilakukan dengan sendirinya tetapi setiap keputusan konsumen akan mempertimbangkan beberapa hal seperti
- Faktor budaya
 - Faktor Sosial
 - Faktor Pribadi
 - Faktor Psikologis

Pembahasan

A. Jenis Perilaku Konsumen

Pada dasarnya perilaku konsumen dibagi menjadi 2 yaitu perilaku konsumen rasional dan irrasional. Perilaku Konsumen Rasional adalah tindakan perilaku konsumen dalam membeli barang atau jasa yang mengedepankan aspek-aspek, seperti: kebutuhan yang mendesak, kebutuhan utama atau primer, serta guna produknya terhadap konsumen. Sedangkan Perilaku Konsumen Irrasional merupakan perilaku konsumen yang mudah terbujuk oleh suatu diskon atau strategi marketing tanpa mengedepankan kebutuhannya.

Beberapa ciri-ciri Perilaku konsumen Rasional :

- Memilih barang sesuai dengan kebutuhannya
- Memilih barang yang berguna bagi konsumen itu sendiri
- Memilih barang yang berkualitas
- Membeli barang sesuai dengan kemampuan konsumen

Beberapa ciri-ciri perilaku konsumen irrasional :

- Cepat tertarik dengan iklan maupun promosi media massa
- Memilih barang bermerk atau branded
- Membeli barang bukan sebagai kebutuhan tapi gengsi atau pretise

B. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen memiliki banyak factor antara lain:

- Faktor Budaya
Memiliki dampak sangat luas biasanya meliputi adat, kebiasaan di masyarakat, ras, agama dan juga kelas sosial konsumen (kelas bawah, menengah maupun atas)
- Faktor Sosial
Tanggapan konsumen terhadap produk dan merk yang dipengaruhi oleh faktor keinginan dalam membeli barang, status sosial dan kelompok referensi.
- Faktor Pribadi
Terkait dengan kepribadian konsumen, umur, keadaan ekonomi, gaya hidup dan lain-lain yang berkaitan dengan konsumen itu sendiri
- Faktor Psikologis
Adanya dorongan dari luar yang mendorong konsumen untuk membeli barang atau jasa untuk mencari kepuasan tersendiri.

C. Beberapa Cara Mengenali Perilaku Konsumen

Ada 3 cara atau pendekatan yang dapat dilakukan untuk mengenali konsumen, diantaranya :

- Pendekatan Interpretif
Pendekatan biasanya menggunakan teknik wawancara langsung secara mendalam, dengan begitu produsen dapat mengetahui apa yang diinginkan konsumen mulai dari produk atau jasa, makna produk bagi konsumen maupun perasaan menjadi konsumen ketika membeli suatu barang atau jasa.
- Pendekatan Tradisional
Pendekatan dengan eksperimen dan survey yang berkaitan dengan teori. Sebuah pemahaman mengenai konsumen dalam mengolah informasi, membuat sebuah keputusan, dan pengaruh dari luar atau lingkungan sosial terhadap perilaku konsumen dalam menentukan suatu keputusan.
- Pendekatan Sains Pemasaran
Dengan menggunakan pengembangan teori Abraham Maslow yaitu tentang kebutuhan manusia atau konsumen kemudian diuji dengan ilmu matematika yang akan menghasilkan strategi marketing terhadap pilihan dan pola konsumsi konsumen.

D. Perilaku Konsumen di Era Digital

Era Digital memudahkan konsumen dalam membandingkan sebuah kualitas produk satu dengan lainnya. Dengan mencari di internet maka akan diketahui mana kualitas produk yang baik ataupun buruk dengan harga yang sesuai dengan konsumen

- Membandingkan Kualitas produk dari riview internet
Mudahnya Infomasi yang didapat di internet sebagian konsumen akan mencari tahu dulu kualitas barang dan juga pelayanan yang diberikan. Biasanya menggunakan Google, media sosial atau toko-toko online yang banyak dibuat sekarang.
- Kemudahan Pemesanan dan pembayaran
Era digital seperti ini banyak fitur-fitur canggih yang menyediakan metode pembayaran yang mudah dan juga cara pemesanan yang mudah, hal ini tentu akan dipilih oleh konsumen karena era digital konsumen ingin yang mudah dan cepat.
- Tidak ingin tertinggal
Dalam berbelanja konsumen tidak ingin tertinggal dengan segala sesuatu yang lagi viral atau trending topik di media sosial. Konsumen akan mencari produk tersebut pastinya dengan kualitas dan harga yang sesuai dengan keadaan konsumen.

Kesimpulan

Era Digital saat ini seolah mengubah cara pikir, cara hidup manusia menjadi modern tetapi setiap hal baru pasti ada sisi positif dan negatifnya. Sisi positifnya semuanya serba online bahkan urusan berbelanja, dulu seseorang bila ingin membeli sesuatu atau berbelanja harus datang ke penjual tetapi dengan adanya Internet Konsumen cukup menggunakan Telephone dengan aplikasi tertentu konsumen bisa memesan barang yang diinginkan dengan membandingkan kualitas dan harga yang bisa di review juga di internet. Kemudahan pemesanan dan pembayaran yang ada juga membuat para pemasar lebih kreatif membuat strategi untuk menarik minat para konsumen. Sisi negatifnya banyak orang memanfaatkannya medsos untuk menipu, misal membeli barang yang sudah dibeli tidak dikirim bahkan tidak ada pertanggung jawaban dari orang tersebut, Maka dari itu perlu lebih bijak dalam berbelanja di medsos.

Daftar Pustaka

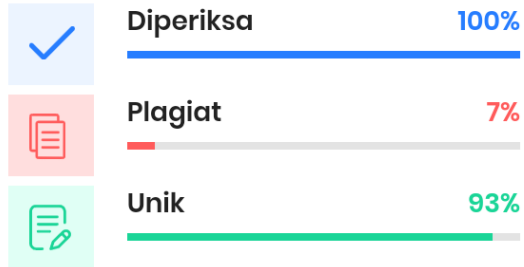
Supangat Supangat, Anis R Amna, Dwi Harini Sulistywati, SEMINAR NASIONAL CALL FOR PAPER & PENGABDIAN MASYARAKAT (01), 2018

Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian susu Morinaga dikota Lhoksuemawe, JURNAL VISONER & STRATEGIS Volume 7, Nomor 2, September 2018

Perilaku konsumen di era digital tinjau terhadap pembaca HAI online program studi desain komunikasi visul, Jurnal magenta, STMK Trisakti – Vol.1 No.02 Juli 2017

Cek plagiarisme

— Hasil —



 Hasil Kalimat Bijaksana	 Sumber yang Cocok	 Tampilan Dokumen
--------------------------------	-----------------------	----------------------

Plagiarized

Perilaku konsumen merupakan suatu bagian d...

Unique

Dalam system ini perilaku konsumen adalah kegiat...

Unique