

“Perilaku Konsumen dalam Dunia Digital”

Tugas Makalah E-Bisnis (R)



Nama : Ryllo Saka Pambudi

NBI : 1211800188

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi Manajemen

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

2020

A.Latar Belakang

Era digital adalah era dimana gadget adalah salah satu alat paling utama dan menjadi salah satu kebutuhan yang penting saat ini . Perkembangan teknologi pada zaman modern ini sudah semakin pesat. Semakin berkembangnya zaman semakin canggih juga teknologi yang dihasilkan. Hal ini membuat manusia semakin dimudahkan dengan adanya alat-alat teknologi yang canggih untuk membantu dalam menyelesaikan pekerjaan sehari-hari. Berkembangnya teknologi saat ini tidak hanya membawa dampak positif bagi kehidupan masyarakat, melainkan juga membawa dampak negatif. Contohnya saja untuk dampak negatifnya manusia semakin malas untuk bersosialisasi dengan lingkungan sekitar karena berkembangnya social media di internet. Selain itu dengan berkembangnya era digital saat ini kita perlu mengambil sikap yang bijaksana dalam penggunaannya agar dapat memberikan manfaat bagi kehidupan kita.

B.Tinjauan pustaka

B.1 Kaitan antara minat dan perilaku

Para peneliti menganggap bahwa apabila memiliki korelasi yang kuat antara ukuran minat dan ukuran perilaku itu sangat mungkin terjadinya. Lalu, untuk riset pemasaran pengukuran minat berperilaku sangat perlu dilakukan segera sebelum pengukuran perilaku itu dilakukan. Adapun faktor-faktor lain ikut campur dalam interval atau jarak waktu yang pendek, dengan demikian ini akan mengakibatkan semakin melemahnya hubungan antara minat berperilaku dan minat berperilaku tersebut harus mengacu pada determinasi spesifik dari responden agar bisa melaksanakan tindakan yang spesifik. Apabila ditemukan terjadi perubahan-perubahan dalam norma subyektif dari konsumen tersebut, dan konsekwensi dari perubahan yang tidak diharapkan itu turut mempengaruhinya, maka korelasi atau hubungan antara minat berperilaku dengan perilaku itu akan semakin lemah. Theory of reasoned action atau teori tindakan beralasan ini mampu untuk memprediksi perilaku secara akurat dan tepat, akan tetapi hanya dalam kondisi tertentu akan menghasilkan yang sangat spesifik. Dalam memerlukan segi yang paling signifikan, juga diperlukan situasi yang spesifik. Manfaat utama bagi para peneliti adalah adanya kemungkinan bahwa ukuran-ukuran minat berperilaku akan

memperkirakan pilihan-pilihan berperilaku yang aktual di arena pasar tersebut ditentukan oleh minat

B.2 Proses Persiapan Konsumen Untuk Berperilaku

Proses yang terus menerus terjadi akan dipengaruhi oleh sejumlah faktor situasional seperti struktur informasi tentang produknya, harganya, penjualannya, promosinya dan pengaruh faktor sosial seperti keberadaan orang lain atau konsumen lain serta keakuratan alternatif perilaku beli itu sendiri. Pendekatan yang menggunakan regresi statistik dalam riset tentang sikap dan perilaku konsumen yang sudah dibahas muka secara normal tidak memperhatikan karakter proses suatu tindakan. Pola perilaku beli konsumen sebagai aktivitas yang terarah ke tujuan menjadi sangat diperlukan untuk menganalisis tahap perencanaan, terutama menyangkut tujuan jangka panjang bahkan jika tujuan beli konsumen berada dalam istilah tugas-tugas yang dapat diatasi secara cepat, aktivitas pendahuluan akan mengalami beberapa tahap yang sebagian menjelaskan perilaku beli yang ditimbulkannya. Tahap-tahap yang dimaksud dapat berupa proses ingatan dan proses evaluasi.

C. Pembahasan

Smartphone saat ini adalah kebutuhan yang mengarah ke kebutuhan pokok di era digital saat ini, semua golongan dari anak kecil hingga usia renta menggunakan smartphone sebagai sarana mengakses informasi dan sebagai sarana komunikasi terbaik di era digital ini, internet juga ikut andil dalam perkembangan smartphone yang semakin canggih ini, kedua hal tersebut saat ini sudah menjadi komponen utama dalam era digital ini, smartphone tanpa adanya internet tidak akan bekerja maksimal, begitupun sebaliknya tanpa adanya smartphone internet hanyalah omong kosong.

C.1 Perkembangan Perilaku Konsumen Online di Era Digital

Perkembangan perilaku konsumen online di era digital ini sudah sangat-sangat “jorjoran” dimanabanyak marketplace yang menawarkan banyak promo dalam penjualannya, contohnya marketplace shoppe dimana dalam strateginya pihak shoppe banyak menawarkan promo di bulan-bulan tertentu dan pastinya banyak sekali gratis ongkos kirim yang ditawarkan pihak shoppe kepada konsumen, jadi sangat nyata perilaku konsumen online pada saat ini karena mudahnya proses transaksi dan amannya dalam penerimaan barang tanpa harus keluar rumah

karena saat ini sudah banyak jasa pengiriman yang mendukung pihak marketplace seperti JNT,JNE,WAHANA dan lainnya.

C.2 Jenis dan Ciri-Ciri Perilaku Konsumen

Ada 2 jenis Perilaku konsumen yaitu bersifat Rasional dan Irrasional=

- ciri-ciri perilaku konsumen yang bersifat rasional :
 1. Konsumen memilih barang berdasarkan kebutuhan
 2. Barang yang dipilih konsumen mampu memberikan kegunaan optimal bagi konsumen
 3. Konsumen memilih barang yang mutunya terjamin dan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen
- ciri-ciri perilaku konsumen yang bersifat irrasional :
 1. Konsumen mudah cepat tertarik dengan iklan dan promosi di media cetak atau dunia maya
 2. Konsumen memilih barang-barang bermerk yang sudah dikenal luas oleh masyarakat
 3. Konsumen memilih barang yang bergengsi bukan berdasarkan kebutuhan

C.3 Cara Mengenali Perilaku Konsumen

Yang pertama yaitu dengan pendekatan Interpretif ,Pendekatan ini membahas secara mendalam hal-hal mendasar mengenai perilaku konsumen. Dalam pendekatan ini menggunakan teknik observasi langsung yaitu wawancara yang dilakukan secara menyeluruh. Semua hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan kesimpulan mengenai makna suatu produk atau jasa bagi konsumen, serta perasaan yang dialami konsumen ketika membeli suatu produk lalu menggunakan produk atau jasa tersebut.

Yang kedua yaitu dengan Pendekatan Tradisional ,Pendekatan ini menggunakan eksperimen yang didukung survey langsung di lapangan dengan tujuan menguji hipotesa

penelitian yang berkaitan dengan teori, lalu dicari sebuah pemahaman mengenai proses seorang konsumen menganalisa beberapa informasi, membuat keputusan terhadap perilaku konsumen tersebut.

C.4 Perilaku Konsumen yang ada di Era Digital

4 Perilaku Konsumen di Era Digital =

1. Membandingkan kualitas produk dari internet

Kebanyakan orang akan membandingkan dulu barang yang akan di beli dengan mereview apa apa yang ada di internet dengan cara demikian merupakan cara yang efektif memilih produk sebelum membelinya agar barang/produk yang di beli sesuai dengan keinginan dan kebutuhan , salah satu sikap konsumen cerdas adalah mencari tahu bagaimana testimoni testimoni yang di berikan oleh konsumen lain agar dapat tercapai kepuasan setelah menerima produk.

2. Utamakan kemudahan pemesanan dan pembayaran

Para pemuda millennial saat ini sangat bergantung pada kemudahan pemesanan dan pembayaran karena banyaknya pemuda atau para pekerja yang sibuk dengan berbagai aktifitasnya, kemudahan pembayaran dan pemesanan produk pada era digital, sebagai contoh saat ini untuk membeli makanan kita tidak perlu capek ke toko makanan karena perkembangan jasa pengiriman makanan pada saat ini contohnya Gofood dan Grabfood , makanan yang di beli memang lebih mahal tetapi karena mudahnya dalam memesan dan pembayaran maka banyak pemuda pekerja dan lainnya memanfaatkannya

3. Menyukai personalisasi

Para millennial saat ini sangat menyukai branding dimana mereka lebih mengutamakan brand yang di beli , contohnya saat akan membeli air banyak mereka mengingat Aqua sebagai air .Brand aqua ini sudah menjadi mindset dalam membeli air pada kalangan anak muda.

4. Tidak ingin tertinggal Trend

Para pemuda millennial saat ini sangat mengutamakan trend atau hal hal yang viral sebelum membeli suatu produk , sebagai contoh viralnya Odading mang oleh di Bandung yang saat ini menjadi makanan trend anak muda , dimana banyak anak muda yang ingin membeli makanan tersebut . Bahkan mereka sabar walau antrian sangat panjang .

C.5 Alasan Konsumen Memilih Untuk Berbelanja Online

1. Menghemat Waktu

Berbelanja online sangatlah menghemat waktu , khususnya bagi para pekerja yang sibuk dengan pekerjaannya , dengan berbelanja online kita dapat menghemat waktu dimana prosesnya sangat tidak memakan waktu

2. Mudah

Belanja online itu mudah dengan kecanggihan era modern pembayaran dapat dilakukan dengan menggunakan bank dan pembayaran melalui outlet indomaret alfamaret dan lainnya

3. Tidak Repot

Bila kita membeli banyak barang dan tidak punya mobil untuk membawanya maka belanja online adalah solusi karena banyak jasa jasa pengiriman ekspedisi yang mampu membawa barang barang dalam jumlah yang sangat banyak

4. Dapat Membandingkan Produk Dengan Mudah

Biasanya masyarakat millennial memang memanfaatkan toko online untuk mencari informasi seputar produk yang diinginkan. Entah pada akhirnya memutuskan berbelanja online ataupun offline. dan bisa membandingkannya

5. Menemukan Produk Pasar Dengan Lebih Mudah

Seperti yang dikatakan sebelumnya, bahwa toko online sering kita manfaatkan untuk mencari informasi tentang produk tertentu. Ini biasanya kita lakukan saat kita tidak menemukan produk di toko fisik atau offline. Dan ternyata kita mendapatkannya di toko online. Beberapa produk memang jauh lebih mudah ditemukan di toko online ketimbang di toko fisik. Sehingga masyarakat memilih untuk berbelanja secara online ketimbang offline. 58% masyarakat yang mengikuti survey ini mencari produk yang tidak ada di pasaran melalui media online. Hingga akhirnya memutuskan untuk membeli produknya secara online.

6. Mendapat Harga Yang Lebih Murah

Dengan berbelanja online kita akan mendapatkan harga yang sesuai dengan budget kita dan yang pastinya lebih murah karena banyak toko yang dapat kita pilih. kita dapat memilih toko dengan testimoni baik dan harga yang murah.

D.Kesimpulan

Seiring berjalannya waktu hingga saat ini, dimana para pemuda millennial kini hidup di era digital sangat merubah perilaku kebiasaan konsumtif yang di lakukan,jika di era dahulu di mana dahulu para konsumen lebih memilih berbelanja dengan langsung menemui penjual dan memilih barang dengan tatap muka , sekarang semua telah berubah dimana masyarakat milenial lebih memilih berbelanja online dimana dengan belanja online dapat disimpulkan banyak sekali manfaat yang akan di terima konsumen yaitu lebih murah lebih mudah tidak repot dan banyak lainnya yang telah dijelaskan di atas, dengan mengetahui perilaku konsumen di era digital maka kedepannya kita dapat mengambil langkah dalam menghadapi persaingan dagang , dimana harus ada strategi yang bagus guna mampu bertahan di era digital ini.

E.Daftar Pustaka

basu swastha dharmmesta ,kelola 1997 VI(15), 1997 Pergeseran Paradigma dalam Pemasaran: Tinjauan Manajerial dan Perilaku Konsumen

basu swastha dharmmesta,Journal of Indonesian Economy and Business 7 (1), 39-53, 1992, riset tentang minat dan perilaku konsumen: sebuah catatan dan tantangan bagi peneliti yang mengacu pada "theory of reasoned action" ,

Jurnal Pewarta Indonesia 1 (2) , Vashty Ghassany Shabrina, Pengaruh Revolusi Digital terhadap pemasaran dan perilaku konsumen

Supangat Supangat, Anis Rahmawati Amna, Journal of Community Service Consortium 1 (01), 2020 Absensi Siswa Berbasis Sms Gateway TK Dewi Sartika Pakal-Benowo

HASIL CEK PLAGIARISME

11:50

— Hasil —

	Diperiksa	100%
	Plagiat	7%
	Unik	93%

Hasil Kalimat Bijaksana Sumber yang Cocok Tampilan Dokumen

Unique

Smartphone saat ini adalah kebutuhan yang mengarah ke k...

Unique

sebagai sarana komunikasi terbaik di era digital ini , internet...

Unique

dalam era digital ini , smartphone tanpa adanya internet tida...

Unique

C.1 Perkembangan Perilaku Konsumen Online di Era Digital

Unique

11:51

promo di bulan bulan tertentu dan pastinya banyak sekali gr...

Unique

mudahnya proses transaksi dan amannya dalam penerimaa...

Unique

Seiring berjalannya waktu hingga saat ini, dimana para pem...

Unique

konsumen lebih memilih berbelanja dengan langsung mene...

Unique

dapat disimpulkan banyak sekali manfaat yang akan di teri...

Unique

era digital maka kedepannya kita dapat mengambil langkah ...

Plagiarized

basu swastha dharmmesta ,kelola 1997 VI(15), 1997 P...

Unique