

Pengaruh Prilaku Konsumen Online Shop Terhadap Konveksi Di Daerah Soreang

Ibda Nisaul Wahdah

Universitas Teknologi Digital

Email: ibda10121556@digitechuniversity.ac.id

Ageng Saepudin Kanda S

Universitas Teknologi Digital

Email: agengsaepudin@digitechuniversity.ac.id

Alamat: Kp.Pasir Kaliki RT.02/RW.12 Des.Panyirapan Kec.Soreang Kan.Bandung Jawa Barat

Korespondensi penulis: ibda10121556@digitechuniversity.ac.id*

Abstract. *The influence of several consumer behaviors that prefer to carry out online shopping transactions is the main study from the results of interviews from several convection industry businesses conducted in the Soreang area to find out what consumers are more interested in regarding their attitudes and shopping methods and what they are more interested in when making purchases. In the current era, the progress of the times and the development of technology influence consumer behavior to fulfill their needs so that it is more comfortable and easier to do, and find out several responses from the results of interview surveys at 25 convections in the afternoon area, what influences the production of goods produced and income for convection itself*

Keywords: *Influence, behavior, consumers, online shops, convection*

Abstrak. Pengaruh dari beberapa perilaku konsumen yang lebih memilih melakukan transaksi belanja online menjadi kajian utama dari hasil wawancara dari beberapa usaha industri konveksi yang dilakukan di daerah soreang untuk mengetahui apa yang lebih di minati para konsumen terhadap sikap dan metode pembelanjaan apa yang lebih di minati untuk melakukan pembelian di era sekarang, kemajuan zaman dan berkembang nya teknologi mempengaruhi perilaku konsumen untuk memenuhi kebutuhannya agar lebih nyaman dan mudah untuk dilakukan, dan mengetahui beberapa tanggapan dari hasil survei wawancara di 25 konveksi daerah soreang apa yang mempengaruhi dalam memproduksi barang yang di hasilkan dan pemasukan bagi konveksi itu sendiri.

Kata kunci: Pengaruh, Prilaku, konsumen, online shop, konveksi

LATAR BELAKANG

Pengaruh dapat diartikan sebagai suatu dampak yang dapat dihasilkan dari sebuah tindakan yang dilakukan yang timbul dari sesuatu baik watak, benda, orang, kepercayaan dan perbuatan seseorang yang dapat menimbulkan dampak atau pengaruh bagi lingkungan sekitar.

Prilaku merupakan sebuah tindakan atau perbuatan seseorang yang menjadi satu perangkat berupa respon seseorang baik itu ucapan ataupun gerakan tubuh untuk memberikan respon terhadap sesuatu yang bisa menjadi sebuah kebiasaan yang tidak bisa di hentikan dari sebuah interaksi.

Konsumen adalah seseorang atau setiap orang yang ditujukan dengan tujuan tertentu yang memiliki barang atau jasa yang sudah tersedia di masyarakat yang memiliki kepentingan bagi diri sendiri (pribadi) keluarga, kelompok, lingkungan, orang lain, makhluk hidup lain yang tidak bertujuan untuk dipenjual kan kepada khalayak ramai. Dalam kata lain konsumen

adalah seseorang pemakai yang sering melakukan perbelanjaan yang sering digunakan atau pembuluh.

Diera sekarang sering terlihat banyak trend yang sedang terjadi baik dari lingkungan sekitar maupun sosial media,tidak sedikit orang tertarik melakukan atau mengikuti trend tersebut untuk terlihat seperti apa yang mereka inginkan,tak jarang masyarakat terutama anak anak generasi sekarang yang tidak ingin mengeluarkan tenaga ekstra untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang mereka ingin wujudkan.tak jarang bagi generasi sekarang banyak menggunakan gedjet untuk melakukan sesuatu yang salah satunya seperti online shop.

Online shop (toko online) adalah sistem belanja yang sudah di sesuaikan dengan generasi sekarang yang diubah menjadi secanggih gedjet yang dipakai semua orang yang dijadikan satu sistem perbelanjaan yang dapat melihat secara langsung harga dan produk yang ditampilkan dari sebuah gambar atau video yang dijadikan promosi kepada konsumen secara langsung agar memudahkan sistem pembelian yang disesuaikan dengan berbagai fitur.

Konveksi adalah usaha yang dilakukan sendiri tanpa adanya kontrak kerja dengan pemerintah,dalam kata lain konveksi adalah usaha rumahan(home industri) yang di rintis perorangan atau lebih yang menghasilkan produk atau barang berupa pakaian yang melibatkan sekelompok pekerja diantaranya:penjahit,pemotong,pengampar kain,pelipat baju,paking barang dan orang yang menjual yang disatukan dalam satu kelompok pekerja.

Tak jarang di era sekarang banyak toko online (online shop) yang sudah bekerja sama dengan brend brend lainnya seperti konveksi pakaian,sudah banyak konveksi sekarang yang bekerja sama dengan pihak/aplikasi online shop untuk menjualkan barang/produk yang mereka hasilkan.

Penelitian ini buat dan lakukan untuk menjawab masalah lebih strategis mana antara penjualan langsung dan tidak langsung yang terjadi dalam satu bagian atau sebagian penjual konveksi yang terjun secara langsung untuk menjual barang/produk yang dihasilkan dan tidak langsung atau melalui online shop.

Tak jarang di sebagian tempat pengusaha konveksi di daerah pedesaan terhambat karna masih melakukan penjualan secara langsung atau masih tidak memiliki jangkauan luas si online shop merasa kesulitan untuk menjualkan produk atau barang yang mereka hasilkan,tidak jarang di sebagian kampung ada beberapa kepala rumah tangga yang kehilangan pekerjaannya karna kurangnya penghasilan yang didapat dari usaha konveksi yang mereka ikuti.

KAJIAN TEORITIS

Industri

Dalam Undang-Undang No 5 Tahun 1984 tentang perindustrian, industri adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancangan dan perakayasaan industri. Pengertian industri juga meliputi perusahaan yang mempunyai kegiatan tertentu dalam mengubah secara mekanik atau kimia bahan-bahan organis sehingga menjadi hasil baru.¹⁴

Kata industri berasal dari kata industry. Dalam kamus The scribner Bantam English Dictionary, cetakan ke-18 tahun 1990, tertera sebagai berikut. Industri berasal dari kata Latin industria yang bermakna sebagai berikut.

Steady application to a task, bussiness or labor Menurut kriteria ini, industri adalah kesiapan dalam melaksanakan sesuatu tugas pekerjaan atau bidang ujsaha atau karyawan yang siap melakukan atau menerapkan tugas atau pekerjaan yang bersifat tetap, terus-menerus, dan secara teratur.

Any form economic activity.

Menurut kriteria ini, industri adalah berbagai bentuk kegiatan ekonomi. Sedangkan kegiatan ekonomi dapat dilakukan oleh perseorangan maupun oleh perusahaan. Oleh karena itu, berbagai ragam atau jenis perusahaan dapat dikatakan merupakan industri.

Productive enterprises generally.

Menurut pengertian tersebut, perusahaan-perusahaan yang produktif menghasilkan sesuatu barang atau jasa yang dapat dijual, berarti pula merupakan industri.

Productive occupatons as distinguished from finance and comerce. Arti yang ke-4 dari industri adalah tempat atau pekerjaan yang produktif yakni pekerjaan yang menghasilkan suatu barang atau jasa. Namun, pengertian industri disini harus dibedakan dengan pekerjaan di bidang perdagangan atau keuangan. Jelasnya, pengertian industri disini adalah pekerjaan nonkeuangan dan nonperdagangan yang bersifat produktif.

Particular branch of work or trade.

Menurut kriteria ini, industri adalah cabang pekerjaan atau perdagangan yang khusus. Artinya semua jenis pekerjaan yang sama dan khusus dapat diartikan sebagai industri. Menurut Peraturan Kementrian Perindustrian No. 6 tahun 2016. Industri kecil adalah industri yang memiliki karyawan maksimal 19 orang, memiliki nilai investasi kurang dari 1 miliar rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.¹⁶ Sedangkan, yang dimaksud dengan industri menengah adalah industri yang memiliki karyawan minimal 19 orang dan nilai investasi

minimal 1 miliar rupiah atau memiliki minimal 20 orang dan nilai investasi maksimal 15 miliar rupiah.¹⁷ Industri kecil adalah kegiatan industri yang dikerjakan di rumah-rumah penduduk yang pekerjanya merupakan anggota keluarga sendiri yang tidak terikat jam kerja dan tempat. Industri kecil dapat juga diartikan sebagai usaha produktif diluar usaha pertanian, baik itu merupakan mata pencaharian utama maupun sampingan.¹⁸

Menurut UU No 20. Tahun 2008 tentang usaha kecil mengatur kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut: 19 Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan usaha; Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah). Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Perindustrian Indonesia No.19/M/1/1986, industri dibedakan menjadi: 20 Industri kimia dasar, misalnya industri semen, obat-obatan, kertas, pupuk dan lain sebagainya. Industri mesin dan logam dasar, misalnya industri pesawat terbang, kendaraan bermotor, tekstil dan lain-lain. Industri kecil, seperti industri roti, kompor minyak, makanan ringan, es, minyak goreng curah dan lain-lain.

Aneka industri: industri pakaian, industri makanan, minuman dan lain- lain.

Usaha Konveksi

Konveksi adalah perusahaan pakaian jadi (Kamus Besar Bahasa Indonesia. Menurut Sri Wening dan Sicilia Savitri konveksi adalah usaha di bidang busana jadi yang dibuat secara besar-besaran. Jadi, konveksi adalah perusahaan pakaian jadi yang dibuat secara besar-besaran. Jadi, dimana barang yang diproduksi dibuat berdasarkan ukuran standar S, M, L, dan XL dalam jumlah yang banyak. Busana jadi atau ready-to-wear (bahasa Inggris) dan Pret-a-porter (bahasa Perancis), tidak diukur menurut pemesan, melainkan menggunakan ukuran standar atau ukuran yang telah dibakukan. ²¹

Mutu dari produksi konveksi mempunyai beberapa tingkatan, tergantung dari harga serta tingkatan yang membutuhkan. Adapun tingkatan mutu tersebut adalah:²²

Golongan kualitas rendah, contohnya pakaian yang dijual di kaki lima, harganya murah, jahitannya tidak kuat, cara memotongnya asal saja tidak memperhatikan arah serat, asal menghemat bahan dan kadang-kadang modelnya cukup menarik.

Golongan kualitas menengah, disediakan untuk golongan masyarakat menengah, harganya lebih tinggi dibanding golongan yang pertama, jahitan lebih rapi dan lebih kua penjualan di tempat yang lebih baik misalnya di toko-toko khusus busana.

Golongan kualitas tinggi diperuntukkan bagi orang-orang yang mempunyai banyak uang dan dari tingkatan atas berselera tinggi. Biasanya dijual pada departement store atau butik yang bergengsi, model dibuat dalam jumlah terbatas.

Fungsi Produksi dan Biaya

Fungsi Produksi

Fungsi produksi adalah hubungan fisik antara variabel input dan output, atau variabel yang dijelaskan (Y) dengan variabel yang menjelaskan (X). Variabel yang dijelaskan adalah output (produksi) dan variabel yang menjelaskan adalah input (faktor produksi), atau sebagai variabel tak bebas (dependent variabel) dan variabel bebas (independent variabel).²³ Fungsi produksi menunjukkan hubungan teknis antara jumlah output maksimum yang dapat dihasilkan dari pemakaian sejumlah input.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, dimana penulis melakukan analisis dan observasi dengan melakukan wawancara kepada beberapa pihak yang terkait untuk menggambarkan hasil analisis yang di amati apakah sesuai dengan apa yang diteliti atau tidak. Agar dapat dipahami oleh pembaca dan data yang dikumpulkan dapat dipahami dan dimengerti oleh pembaca.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis dan wawancara yang dilakukan terdapat beberapa data yang menunjukkan fakta bahwa pengaruh perilaku online shop terhadap konveksi di daerah Soreang sangat berpengaruh terhadap penghasilan sebagian besar konveksi disana.

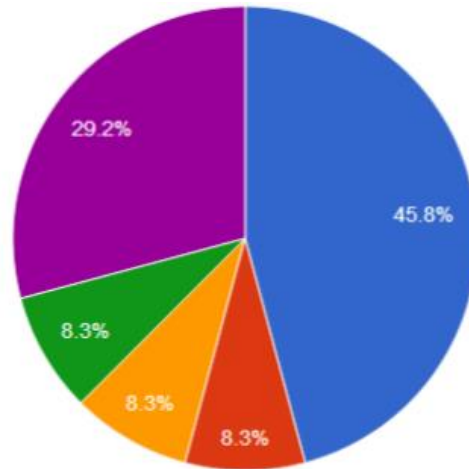
Seperti beberapa survei yang dilakukan lebih dari 25 brand konveksi ternama yang kehilangan banyak pemasukan dan karyawan lebih dari 75% menurun di tahun 2023, sama halnya seperti contoh konveksi M Raffi Collection, Ayunda Collection, Mira Collection, Arkan Collection dan masih banyak lagi diantara beberapa konveksi yang diamati beberapa konveksi ini menjadi contoh paling utama dimana mereka kehilangan pekerja dan malah rugi.

Perilaku konsumen yang memilih berbelanja di online shop mengakibatkan para konveksi yang berdagang secara langsung di Tanah Abang Jakarta mengalami kesulitan untuk menjual dagangan mereka, banyak pekerja yang menguntungkan diri dan banyak konveksi yang harus gulung tikar karna tidak memiliki modal atau keuntungan dari barang yang di hasilkan.

Banyaknya barang yang menumpuk dan tidak dapat terjual menjadi kendala utama para pengusaha konveksi pakaian tidak bisa balik modal.



Berikut di sajikan data mengenai hasil survei dan wawancara perilaku konsumen yang lebih memilih alternatif apa yang lebih di minati.



Biru:45,8% konsumen lebih memilih belanja di online shop Merah:8,3% konveksi daerah soreang yang masih tetap mempertahankan usahanya Kuning:8,3% kepala rumah tangga di daerah soreang yang masih menekuni pekerjaannya Hijau:8,3% yang keuntungannya masih bisa di pakai untuk modal Ungu:29,2% yang menggunakan pinjaman untuk mempertahankan usahanya. Tidak sedikit diantara konveksi lain yang diuntungkan oleh perilaku konsumen yang memilih berbelanja di toko online (online shop) karna mengikuti perkembangan zaman dan menjadi inspirasi bagi beberapa konveksi lainnya. Namun di tahun 2023 kendala utama yang berpengaruh terhadap konveksi di daerah soreang terutama yang pergi berjualan langsung ke pasar tanah Abang menjadi alasan utama menurunnya penghasilan bagi mereka,tak sedikit toko dan grosir tutup akibat maraknya kasus pembelian online yang menjanjikan harga yang lebih murah, kualitas yang sebanding dan kenyamanan berbelanja menjadi alasan para perilaku konsumen lebih memilih berbelanja online diantaranya:

- Lebih simple (tidak perlu bepergian)
- Lebih mudah memilih tanpa berdesak desakan
- Bisa berbelanja sekaligus mengerjakan hal lain
- Lebih nyaman memilih barang yang ingin di beli

dan alasan dari para konveksi mengikuti hasil survei wawancara adalah:

- Kesulitan menjual barang yang di hasilkan dengan berjualan langsung
- Ongkos yang dikeluarkan lebih besar bagi usaha yang memiliki budget lebih sedikit
- Tidak ada konsumen yang mempercayai kualitas produk
- Tidak adanya ketertarikan untuk tetap semangat menjalankan usahanya karna melihat keadaan.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat di ambil dari analisis di atas adalah usaha industri konveksi merupakan sebuah usaha rumahan home industri (UMKM) yang tidak akan lepas dari kebutuhan semua konsumen.

Prilaku konsumen menjadi kunci utama keberlangsungan usaha konveksi di daerah soreang karna berpengaruh terhadap penghasilan dan usaha yang dirintis para pengusaha konveksi terutama di beberapa brand konveksi lainnya.

Online shop menjadi alternatif yang lebih digemari oleh semua kalangan untuk berbelanja semua kebutuhan karena memberikan jaminan dan kenyamanan saat berbelanja,kenyamanan yang di dapat dari perilaku konsumen yang berbelanja di online shop menjadi kunci utama mereka lebih memilih berbelanja online ketimbang berbelanja secara langsung.

Dari beberapa kasus tidak sedikit pengusaha konveksi yang kehilangan pekerjaannya dan usahanya yang dirintis karena kehilangan pekerja dan kurangnya modal sehingga terpaksa harus gulung tikar akibat prilaku konsumen yang lebih memilih berbelanja online.

SARAN

Kreativitas menjadi kunci utama bagi konveksi di daerah soreang,bagaimana memahami dan mengikuti perkembangan zaman di era sekarang agar dapat melanjutkan dan mengembangkan usaha yang dirintis.

Ketersediaan promosi dan cara menarik kembali perhatian para konsumen bisa lebih di tingkatkan agar prilaku konsumen yang tadinya lebih nyaman berbelanja online tertarik dan merasa penasaran kepada produk yang akan ditawarkan.

DAFTAR REFERENSI

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pengaruh+online+shop&oq=#d=gs_qabs&t=1706618417186&u=%23p%3DtUryftuuRnIJ

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pengaruh+online+shop&oq=#d=gs_qabs&t=1706618441998&u=%23p%3DxYNDZq6zJ2gJ

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pengaruh+online+shop&oq=#d=gs_qabs&t=1706618455699&u=%23p%3Da2XVtk-AakMJ

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=konveksi+&oq=#d=gs_qabs&t=1706618480112&u=%23p%3DFWGVmXkzSBMJ

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=konveksi+&oq=#d=gs_qabs&t=1706618493653&u=%23p%3Du4u1FCTODXEJ

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=konveksi+&oq=#d=gs_qabs&t=1706618504613&u=%23p%3DAcT92_4pXeMJ