

---

# DARMA ABDI KARYA

---

---

## JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT

VOLUME 1 NO 1  
DESEMBER 2022

[dharmaabdikarya@plb.ac.id](mailto:dharmaabdikarya@plb.ac.id)

e-ISSN: xxxx-xxxx & p-ISSN: xxxx-xxxx

---

### **Bijak dalam Berbelanja *Online* bagi Masyarakat Usia Produktif Desa Neglasari, Kecamatan Jatiwaras**

Untung Eko Setyasari<sup>1</sup>, Nijar Kurnia  
Romdoni<sup>2</sup>, Maulana Kurniawan<sup>3</sup>, Sandi  
Nurhadiana<sup>4</sup>, Nisa Indriani<sup>5</sup>, Ilham  
Wiguna Mufhni<sup>6</sup>

Manajemen Pemasaran, Politeknik LP3<sup>1,5</sup>  
Manajemen Keuangan Perbankan,  
Politeknik LP3<sup>2,5</sup>  
Manajemen Informatika, Politeknik LP3<sup>3,4</sup>

#### *Article history*

*Received* : diisi oleh editor

*Revised* : diisi oleh editor

*Accepted* : diisi oleh editor

#### *\*Corresponding author*

(Email salah satu penulis yang menjadi  
korespondensi author)

Email : [untungeko@plb.ac.id](mailto:untungeko@plb.ac.id)

### **ABSTRAK**

Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat yang mengangkat judul Pendampingan Terkait Perilaku Konsumen: Bijak Dalam Berbelanja *Online* Bagi Masyarakat Usia Produktif Desa Neglasari, Kecamatan Jatiwaras ini adalah untuk mengubah *mindset* masyarakatnya agar lebih bijak dalam hal berbelanja *online* meskipun diiming-imingi dengan berbagai kemudahan. Hal ini berangkat dari adanya informasi yang didapati oleh kelompok mahasiswa KKN TM di desa ini setelah komunikasi dengan pihak Bumdes setempat. Diketahui bahwa dalam kurun waktu dua tahun, pihak pemerintah desa melalui bumdes merasa khawatir akan perilaku masyarakatnya yang berubah menjadi konsumtif. Hal ini didasarkan pada terdapatnya kasus yang terjadi karena perubahan gaya berbelanja masyarakat di desanya, sementara antusias sangat minim ketika Bumdes setempat melakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat untuk ber*entrepreneur*. Pada awalnya, mereka harus berusaha 'lebih' untuk berbelanja karena harus pergi ke Ibu Kota kecamatan untuk berbelanja, sementara dengan adanya *e-commerce* maka cara berbelanja mereka pun jauh lebih mudah. Tak jarang, masalah ini yang kemudian menjadi awal pencetus permasalahan di dalam rumah tangga, mulai retaknya hubungan suami istri, maupun orang tua dan anak. Kekhawatiran inilah yang kemudian meng-ilhami kegiatan pendampingan terkait perilaku konsumen dengan harapan semua masyarakat usia produktif lebih bijak dalam berbelanja *online* dan berpikir panjang ketika akan memutuskan untuk belanja, serta orang tua pun lebih faham dengan konsep belanja *online* yang biasanya dengan lihai dilakukan oleh putra-puterinya.

**Keywords:** *belanja online, perilaku konsumen, e-commerce*

### **ABSTRACT**

*The purpose of community service which carries the title Assistance Related To Consumer Behavior: Wise In Shopping Online For People*

*Of Productive Age In Neglasari Village, Jatiwaras District is to change mindset of the people so that they are wiser in terms of shopping online even though they are lured with various conveniences. This stems from information that was obtained by a group of KKN students in this village after communicating with the local Bumdes. It is known that within two years, the village government through Bumdes has been worried about the behavior of its people who have turned consumptive. This is based on the existence of cases that occurred due to changes in the shopping style of the people in their villages, while enthusiasm was minimal when the local Bumdes carried out community empowerment activities to become entrepreneurs. In the beginning, they had to try 'more' to shop because they had to go to the district capital to shop, while with e-commerce, their way of shopping was much easier. Not infrequently, this problem then becomes the originator of problems in the household, starting to crack the relationship between husband and wife, as well as parents and children. This concern then inspires mentoring activities related to consumer behavior with the hope that all people of productive age will be wiser in shopping online and think long and hard when deciding to shop, and parents will also understand the concept of online which is usually done by their children.*

**Keywords:** *online shopping, consumer behavior, e-commerce*

© 20xx Some rights reserved

## PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman kebutuhan hidup semakin meningkat. Kebutuhan hidup manusia sangatlah banyak, mulai sandang, pangan dan papan. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, pada umumnya masyarakat membeli bahan-bahan tersebut di pasar, toko, swalayan dan lain sebagainya yang mengharuskan bertemu banyak orang. Namun mulai dua tahun yang lalu, tepatnya ketika di masa Pandemi Covid-19, pemerintah menghimbau masyarakat untuk menghindari kerumunan dan melakukan segala aktivitas di dalam rumah dalam rangka memutus rantai penyebaran Covid-19. Dengan demikian, hal ini berdampak pada banyak kalangan masyarakat beralih dari yang awalnya belanja langsung atau konvensional menjadi belanja daring atau *online*.

Belanja *online* saat ini marak dikalangan usia produktif, mulai remaja hingga usia tua apalagi didukung dengan masa pandemi seperti sekarang hal ini membuat transaksi *online* melonjak dengan pesat. Perubahan gaya perilaku berbelanja *online* dapat dilihat dari banyaknya toko *online* yang menawarkan berbagai produk dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga pasar atau *mall*. Baroroh (2021) berpendapat bahwa belanja secara *online* memberikan manfaat bagi masyarakat sebagai konsumen antara lain, diantaranya :

1. Belanja menjadi lebih gampang;
2. Lebih mudah membandingkan harga dari satu *online shop* ke *online shop* yang lain;
3. Menghemat tenaga, waktu, tidak perlu berjalan dari toko satu ke toko yang lain untuk mendapatkan produk yang diinginkan;
4. Bisa membeli barang dari mana saja, dari luar kota maupun luar negeri;
5. Harga barang lebih murah di *online shop* daripada di toko konvensional seperti *mall*, pasar dan lainnya;

#### 6. Membantu perekonomian pedagang kecil.

Kemudahan yang diberikan berbagai *online shop* sehingga menimbulkan perubahan sosial dengan adanya belanja *online* sedikit banyak telah menggeser nilai sosial yang awalnya transaksi di pasar menggunakan komunikasi secara verbal kemudian sebaliknya berbelanja melalui *online* proses transaksinya hanya melalui jaringan internet tanpa bertatap muka sehingga tidak adanya proses tawar menawar secara verbal.

Hasil penelitian Harahap dan Amanah (2018) pun, semakin memperkuat bahwa banyaknya kemudahan-kemudahan yang diberikan dalam proses transaksi jual beli dan dapat dilakukan melalui internet ternyata mampu menimbulkan beberapa permasalahan, seperti munculnya perilaku konsumtif ataupun pemborosan akibat terlalu sering atau bahkan karena terlalu asyik dengan kemudahan transaksi belanja *online*. Perilaku belanja *online* atau pembelian *online* di Indonesia juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, mulai dari kepercayaan, harga, kenyamanan, kemudahan dan ketersediaan menjadi faktor yang paling utama mempengaruhi konsumen belanja di toko *online*. Setelah poin tersebut, faktor lainnya yang mempengaruhi konsumen membeli secara online adalah karena beberapa hal, seperti keamanan, kualitas produk, *website design* dan juga perilaku konsumtif.

Permasalahan yang muncul dari kemudahan berbelanja *online* juga ternyata terjadi di masyarakat Desa Neglasari, Kecamatan Jatiwaras. Informasi awal yang berhasil didapat oleh kelompok mahasiswa KKN di desa ini setelah komunikasi dengan pihak Bumdes setempat, diketahui bahwa dalam kurun waktu dua tahun, pihak pemerintah desa melalui bumdes merasa khawatir akan perilaku masyarakatnya yang berubah menjadi konsumtif. Hal ini didasarkan pada terdapatnya kasus yang terjadi karena perubahan gaya berbelanja masyarakat di desanya, sementara antusias sangat minim ketika Bumdes setempat melakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat untuk ber-*entrepreneur*. Pada awalnya, mereka harus berusaha 'lebih' untuk berbelanja karena harus pergi ke Ibu Kota kecamatan untuk berbelanja, sementara dengan adanya *e-commerce* maka cara berbelanja mereka pun jauh lebih mudah. Tak jarang, masalah ini yang kemudian menjadi awal pencetus permasalahan di dalam rumah tangga, mulai retaknya hubungan suami istri, maupun orang tua dan anak. Kekhawatiran inilah yang kemudian mengilhami kegiatan pendampingan terkait perilaku konsumen dengan harapan semua masyarakat usia produktif lebih bijak dalam berbelanja online dan berpikir panjang ketika akan memutuskan untuk belanja, serta orang tua pun lebih faham dengan konsep belanja online yang biasanya dengan lihai dilakukan oleh putra-puterinya.

#### **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk mengubah *mindset* masyarakat usia produktif agar bijak dalam berbelanja *online* yang dilakukan oleh dirinya ataupun keluarganya dan memberikan pendampingan untuk dapat berpikir bijak dalam berbelanja *online* dan juga membantu mereka menangkap peluang untuk ber-*entrepreneur*, mengingat lokasi tersebut adalah desa wisata.

Metode pendekatan yang dilakukan berdasarkan kesepakatan dengan mitra adalah dengan sosialisasi, diskusi, dan tanya jawab tentang Bijak dalam Berbelanja Secara *Online*. Pelaksanaan kegiatan pengabdian diantaranya yaitu dengan:

##### 1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah cara pengambilan data dengan cara mempelajari buku-buku, jurnal-jurnal ilmiah, dan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai referensi dan literatur dalam penelitiannya. Penulis mengumpulkan banyak referensi dari buku-buku, jurnal-jurnal ilmiah yang penulis akses dari *google book*, dan *google scholar*.

##### 2. Kajian Lapangan

Kajian lapangan dilakukan oleh tim pengabdian yang langsung melakukan observasi ke lapangan, lebih tepatnya kepada masyarakat Desa Neglasari Jatiwaras. Tim pengabdian mengidentifikasi masalah yang muncul di masyarakat, khususnya terkait perubahan gaya berbelanja yang lebih mudah sehingga

menjadi masyarakat konsumtif. Tidak hanya berhenti disitu, tim pengabdian pun bekerjasama dengan pemerintah dan perangkat desa, bumdes, dan karang taruna setempat untuk mencari solusi yang tepat dan efektif. Adapun rangkaian kegiatan sebelum pelaksanaan pengabdian adalah sebagai berikut :

1. Koordinasi dengan mitra, dalam hal ini pengabdian berkoordinasi dengan perangkat desa serta masyarakat Desa Neglasari Jatiwaras tentang rencana kegiatan.
2. Melakukan wawancara dengan masyarakat secara random berkenaan dengan permasalahan yang dihadapi dalam fenomena berbelanja *online* di masa pandemi.
3. Penentuan waktu pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat.
4. Persiapan *tools* yang diperlukan seperti proyektor, *microphone*, meja, kursi, dan alat tulis lainnya.
5. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui sosialisasi dan pendampingan terkait :
  - a. Perubahan perilaku berbelanja di masa Pandemi *Covid* – 19,
  - b. Alasan mengapa banyak orang beralih berbelanja *online*,
  - c. Cara bijak dalam berbelanja *Online*,
  - d. Tipe – tipe *toxic people* yang mempengaruhi budaya berbelanja *online*.

### HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Pengabdian kepada masyarakat melalui sosialisasi dan pendampingan dengan tema *Bijak dalam Berbelanja Online bagi Masyarakat Usia Produktif Desa Neglasari, Kecamatan Jatiwaras* telah dilaksanakan dengan lancar sesuai dengan rencana yang ditetapkan. Adapun kegiatan – kegiatan yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut :

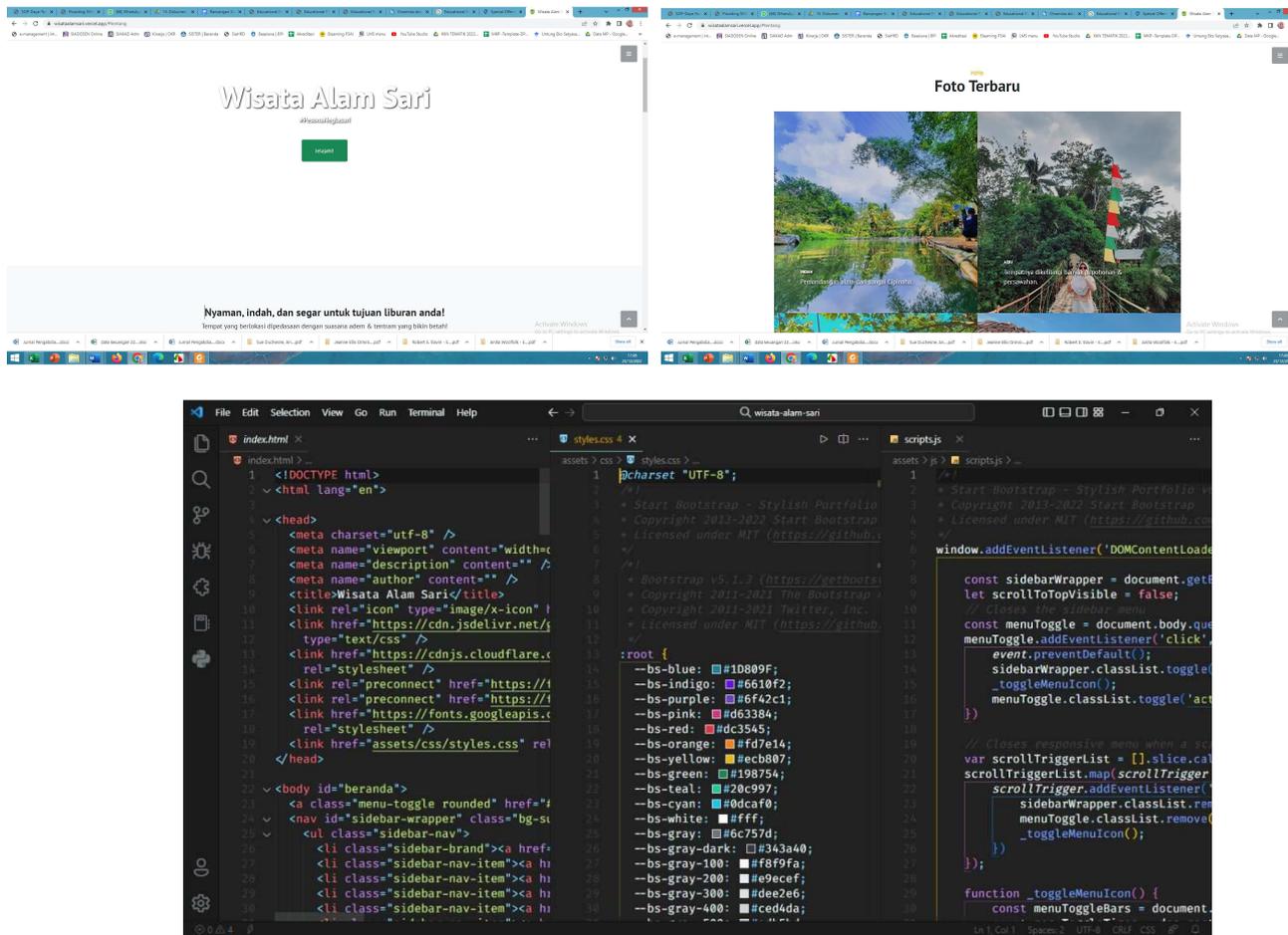
1. Tim pengabdian melakukan survey lokasi dan melakukan koordinasi dengan perangkat desa dan masyarakat Desa Neglasari Jatiwaras.
2. Pelaksanaan pengabdian dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal	: Rabu, 13 April 2022
Pukul	: 08:00 – 11:30 WIB
Tempat	: Gor Desa Neglasari, Jl Neglasari, Kecamatan Jatiwaras, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat - 46191
Peserta	: Produktif
Jumlah Peserta	: 50 Orang



Gambar 1. Pelaksanaan Pengabdian di Desa Neglasari dan penyerahan MoU Pengabdian kepada Pemerintah Setempat

1. Dari kegiatan tersebut didapat hasil sebagai berikut :
  - a. Dari total target 50 orang peserta yang mengikuti kegiatan sosialisasi sebanyak 43 orang atau setara 86%
  - b. Sebanyak 90% dari peserta yang hadir memiliki aplikasi berbelanja *online*, aplikasi yang dipakai diantaranya Shoopee, Lazada, dan Tokopedia.
  - c. Sebanyak 60% dari peserta menyatakan bahwa dampak dari pandemic mengubah pola pikir masyarakat untuk beralih menggunakan media *online* untuk berbelanja.
  - d. Sebanyak 75% dari peserta menyatakan bahwa dengan menggunakan media online sangat mempermudah dalam berbelanja dan harga yang didapat lebih murah dibandingkan dengan berbelanja secara langsung.
  - e. Sekitar 70% dari peserta memberikan keterangan bahwa adanya dampak *negative* yang disebabkan oleh berbelanja secara online, contohnya mengubah pola hidup menjadi lebih konsumtif dari sebelumnya karena tergiur dengan kebutuhan pokok atau barang – barang yang ditawarkan dengan harga yang murah.
2. Dari permasalahan yang disampaikan di atas, maka tim pengabdian melakukan analisis dalam rangka memberikan solusi yang dapat membantu masyarakat Desa Neglasari untuk dapat bijak dalam berbelanja *online*. Adapun beberapa cara yang disampaikan oleh tim pengabdian kepada masyarakat Desa Neglasari untuk dapat bijak dalam berbelanja *online* adalah :
  - a. Beli ketika butuh, harus bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan.
  - b. Tidak tergiur dengan diskon
  - c. Manfaatkan *event*/diskon dengan baik, catat apa yang ingin dibeli dan lakukan transaksi Ketika ada event contoh misalnya promo akhir tahun.
  - d. Jangan terlalu sering membuka aplikasi *market place*
  - e. Jangan mudah tergiur, hindari tawaran fitur *Pay later* dan *COD*
  - f. Hindari *circle* konsumtif, dalih seragam, kebersamaan, belanja sekalian agar mendapatkan gratis ongkir.
3. Tim pengabdian pun memberikan pendampingan kepada warga yang dirasa masih kesulitan dalam melepaskan kebiasaan konsumtifnya. Adapun bentuknya adalah pemberian layanan konseling melalui WA, telepon dan SMS kepada pemateri untuk berdiskusi dan mencari solusi atas masalah yang dihadapinya.
4. Cara lain yang pengabdian berikan untuk mengalihkan kebiasaan berbelanja *online* adalah dengan menciptakan *landing page* Desa Wisata Alam Sari. Tim pengabdian sangat berharap dengan adanya *landing page* ini maka wilayah mereka yang memiliki keindahan alam pada akhirnya dapat mengubah pola konsumtif warga desa dengan cara menciptakan kegiatan baru seperti membuat usaha-usaha yang dapat menambah penghasilan. Hal ini menjadi salah satu upaya yang lebih efektif karena masyarakat sekitar dipaksa untuk menangkap peluang dan berkegiatan ketika desanya ramai dikunjungi para penikmat alam. Warga desa yang berusia produktif dapat memulai dan atau mengembangkan usaha kecil mereka yang dikenal sebagai sentra penghasil makanan tradisional, yang disebut opak ketan. Sementara, untuk para pemuda yang tergabung dalam karang taruna dapat mengelola *landing page* desa wisata ini sehingga mereka dapat lebih kreatif dalam mengenalkan desa mereka. *Landing Page* ini dibuat menggunakan library Bootstrap 4 agar lebih menghasilkan tampilan yang menarik, dan juga menggunakan library JavaScript jQuery untuk kompatibilitas lintas browser. Adapun alamat dari landing page-nya adalah <https://wisataalamsari.vercel.app>. Berikut beberapa tampilannya :



Gambar 2. Screen shoot dan codingan Landing Page Desa Wisata Alam Sari

5. Adapun target luaran (Output) dari kegiatan Pengabdian kepada masyarakat Desa Neglasari adalah sebagai berikut :
  - a. Masyarakat Desa Neglasari, Kecamatan Jatiwaras dapat mengetahui konsep belanja *online* dan juga mereka paham apa yang menjadi kekurangan dan kelebihan dari berbelanja *online*;
  - b. Mereka dapat mengubah *mindset* untuk melakukan belanja *online* dengan bijak dan juga dapat mengantisipasi dampak yang muncul akibat belanja *online*, misalnya perseteruan seorang Ibu akibat kerap harus membayar COD/belanjaan putrinya (*based on story*);
  - c. Melalui sosialisasi dan pendampingan ini, masyarakat juga dapat memanfaatkan peluang, tidak hanya sekedar menjadi konsumen *online*, namun juga jadi pengusaha yang memanfaatkan internet untuk pemasaran *online*-nya, misalnya pengusaha opak ketan yang masih memasarkan produknya secara konvensional.
  - d. Mengubah pola konsumtif warga desa dalam berbelanja dengan cara menciptakan kegiatan baru seperti membuat usaha – usaha yang dapat menambah penghasilan, dari pengelolaan *Landing Page* yang telah diciptakan oleh tim pengabdian.

- e. Para pemuda yang tergabung dalam kelompok karang taruna dapat memanfaatkan dan mengembangkan *landing page* yang telah dibuat sebagai salah satu upaya untuk memasarkan desa wisata mereka.



Gambar 3. Serah terima *Landing Page* Desa Wisata Alam Sari dengan ketua karang taruna setempat

## KESIMPULAN

Kemudahan berbelanja *online* pada awalnya menjadi solusi bagi masyarakat Desa Neglasari, Kecamatan Jatiwaras, Kabupaten Tasikmalaya yang berada di daerah pegunungan. Awalnya, mereka harus pergi ke Ibukota Kecamatan untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari, namun karena Pandemi Covid 19 dan dengan adanya *e-commerce* maka cara berbelanja mereka pun jauh lebih mudah. Kemudahan berbelanja *online* ternyata menjadi dua sisi mata uang yang berbeda, disisi lain memudahkan, disisi lainnya menimbulkan masalah baru, seperti gaya hidup konsumtif, pinjaman *online*, dan lainnya.

Tujuan kegiatan pengabdian adalah membantu warga Desa Neglasari untuk memahami konsep berbelanja *online* sehingga mereka dapat mengontrol keinginan berbelanja. Dengan demikian, besar harapan tim pengabdi mereka akan menjadi pribadi yang bijak dalam berbelanja *online*. Adapun 6 hal yang harus diperhatikan untuk menjadi pribadi yang bijak dalam berbelanja online, diantaranya :

1. Beli ketika butuh (skala prioritas butuh dan ingin)
2. Jangan tergiur dengan potongan harga atau diskon
3. Manfaatkan event atau diskon dengan baik
4. Hindari membuka marketplace atau *e-commerce*
5. Jangan mudah tergiur *COD* atau *paylater*.

Solusi lainnya yang optimis digunakan oleh tim pengabdi adalah menciptakan *landing page* Desa Wisata Alam Sari yang diharapkan dapat mengalihkan kebiasaan konsumtif mereka menjadi lebih produktif. Mereka dipaksa untuk menangkap peluang dan berkegiatan ketika desanya ramai dikunjungi para penikmat alam, para pemuda (dalam karang taruna) dipaksa berpikir kreatif untuk mengelola hingga memasarkan desa mereka melalui *landing page* yang ada, sementara warga lainnya memulai dan atau mengembangkan usaha kecil mereka sebagai pendukung desa wisata,

misalnya menyediakan lahan parkir, warung kelontong hingga menyiapkan outlet Opak Ketan (makanan tradisional) sebagai oleh-oleh khas Desa Neglasari.

#### DAFTAR PUSTAKA

Baroroh, Fazlina Silvi. 2021. *Perubahan Sosial Dengan Adanya Belanja Online*. Jakarta : Kompasiana. Diunduh pada 18 April 2022, 15:17:23 WIB. <https://www.kompasiana.com/fazlinasilvi/60a08ea58ede48066a7199b2/perubahan-sosial-dengan-adanya-belanja-online>

Harahap, Dedy Ansari, Amanah, Dita. 2018. *Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus*. Jakarta : UNJ. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol 9, No. 2, 2018. Diunduh pada 18 April 2022, 13:07:33 WIB. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/6005/5876>