SKRIPSI

PERUBAHAN PERILAKU MASYARAKAT DALAM BERBELANJA DARI TOKO KONVENSIONAL KE *E-COMMERCE* DI DESA TERAJU KECAMATAN TOBA KABUPATEN SANGGAU

Program Studi Sosiologi

Oleh:

Angela Elisa Putri

NIM. E1041201013

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2026

SKRIPSI

PERUBAHAN PERILAKU MASYARAKAT DALAM BERBELANJA DARI TOKO KONVENSIONAL KE *E-COMMERCE* DI DESA TERAJU KECAMATAN TOBA KABUPATEN SANGGAU

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

Program Studi Sosiologi

Angela Elisa Putri
NIM. E1041201013

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

PERUBAHAN PERILAKU MASYARAKAT DALAM BERBELANJA DARI TOKO KONVENSIONAL KE *E-COMMERCE* DI DESA TERAJU KECAMATAN TOBA KABUPATEN SANGGAU

Tanggung Jawab Yuridis Pada :

Angela Elisa Putri
NIM. E1041201013

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing Utama

Dr. Herlan, S.Sos., M.Si. Tanggal : 5-5-2026
NIP.197205212006041001

Dosen Pembimbing Pendamping

Desca Thea Purnama, Sos., M.Sos Tanggal : 29 - April - 2026
NIP. 199212072019032021

HALAMAN PENGESAHAN

PERUBAHAN PERILAKU MASYARAKAT DALAM BERBELANJA DARI TOKO KONVENSIONAL KE *E-COMMERCE* DI DESA TERAJU KECAMATAN TOBA KABUPATEN SANGGAU

Oleh:

Angela Elisa Putri
NIM. E1041201013

Dipertahankan di	**: Pontianak**
Pada Hari/Tanggal	**: Senin, 8 Juni 2026**
Waktu	**: 10.00 WIB**
Tempat	**: Ruang R3**

Tim Penguji

Ketua	Sekretaris
Dr. Herlan , S.Sos., M.Si.	**Desca Thea Purnama, Sos., M.Sos**
NIP.197205212006041001	**NIP. 199212072019032021**
Penguji Utama	**Penguji Pendamping**
Dr. Sudirman, M.Si	**Ignasia Debby Batuallo, S.Sos,, M.Si**
NIP. 196106081988101001	**NIP. 199001122024212001**

Disahkan Oleh:
Dekan Fisip Untan

Dr. Herlan , S.Sos., M.Si.
NIP.197205212006041001

ABSTRAK

Angela Elisa Putri (E1041201013): Perubahaan Perilaku Belanja masyarakat dari Toko Konvensional ke *E-Commerce* Di Desa Teraju Kecamatan Toba Kabupaten Sanggau. **Skripsi Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak 2026.**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perilaku perubahaan berbelanja masyarakat dari toko konvensional ke *E-Commerce* di Desa Teraju Kecamatan Toba Kabupaten Sanggau dan untuk menganalisis faktor-faktor penyebab perubahaan perilaku berbelanja dari toko konvensional ke *E-Commerce* di Desa Teraju Kecamatan Toba Kabupaten Sanggau. Perubahan sistem berbelanja dari toko Konvensioal yang mulai beralih ke *E-Commerce* menimbulkan perubahan perilaku dalam berbelanja, perubahan perilaku ini diakibatkan oleh adanya perbedaan cara berbelanja, variasi produk yang tersedia, dan cara promosi yang dilakukan oleh toko. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 7 orang perempuan yang memiliki pengalaman dalam berbelanja baik secara langsung di toko konvensional maupun di *E-Commerce*. Hasil penelitian menunjukan bahwa perubahan sistem berbelanja masyarakat dari sebelumnya dengan sistem berbelanja di toko Konvensional namun mulai beralih ke sistem *Online* melalui *E-Commerce*, perubahan sistem berbelanja ini menimbulkan perubahan perilaku dalam berbelanja, bentuk-bentuk perubahan perilaku dalam berbelanja antara lain perubahan frekuensi dan intensitas dalam berbelanja, Perubahan perilaku dalam proses pengambilan keputusan berbelanja, perilaku yang konsumtif karena perubahan jenis barang yang dibeli, dan perubahan dalam interaksi sosial masyarakat. Faktor yang menyebabkan masyarakat memilih berbelanja di *E-Commerce* yaitu akses internet yang mudah, pilihan produk yang bervariasi, harga yang relatif murah dibandingkan toko konvensional, hemat waktu dan tenaga, diskon dan penawaran khusus, ulasan dan rekomendasi, trend fashion, dan transaksi yang aman. Dengan demikian, penelitian ini menunjukan bahwa perubahan sistem berbelanja dari offline ke *Online* menimbulkan perubahan perilaku masyarakat dalam berbelanja yang disebabkan oleh perbedaan proses, variasi, dan promosi antara toko konvensional dan *E-Commerce*. Temuan ini menegaskan pentingnya kesadaran masyarakat untuk membatasi diri dalam berbelanja secara *Online* melalui *E-Commerce* agar menghindari perilaku konsumtif,

Kata Kunci : Perubahan Perilaku, Toko Konvensional, *E-Commerce,* Masyarakat.

ABSTRACT

Angela Elisa Putri (E1041201013): *Changes in Shopping Behavior of People from Conventional Stores to E-Commerce in Teraju Village, Toba District, Sanggau Regency.* ***Undergraduate Thesis, Sociology Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Tanjungpura University, Pontianak 2026.***

This study aims to describe the changes in shopping behavior of people from conventional stores to E-Commerce in Teraju Village, Toba District, Sanggau Regency and to analyze the factors causing changes in shopping behavior from conventional stores to E-Commerce in Teraju Village, Toba District, Sanggau Regency. The change in the shopping system from conventional stores to E-Commerce has caused changes in shopping behavior. These changes in behavior are caused by differences in shopping methods, product variations available, and promotional methods carried out by the stores. The method used in this study is a descriptive qualitative approach, with data collection techniques in the form of observation, in-depth interviews, and documentation. The informants in this study consisted of 7 women who have experience shopping directly in conventional stores and E-Commerce. The research results indicate a shift in people's shopping habits, from traditional in-store shopping to Online shopping through E-Commerce. This shift in shopping behavior has led to changes in shopping behavior. These changes include changes in the frequency and intensity of shopping, changes in the decision-making process, consumer behavior due to changes in the types of goods purchased, and changes in social interactions. Factors that influence people to choose E-Commerce shopping include easy internet access, a varied product selection, relatively low prices compared to conventional stores, savings in time and energy, discounts and special offers, reviews and recommendations, fashion trends, and secure transactions. Therefore, this study demonstrates that the shift from Offline to Online shopping has led to changes in people's shopping behavior due to differences in processes, variations, and promotions between conventional stores and E-Commerce. These findings emphasize the importance of public awareness and the need to limit Online shopping through E-Commerce to avoid consumer behavior.

Keywords: Behavior Change, Conventional Stores, E-Commerce, Society.



RINGKASAN SKRIPSI

Skripsi ini berjudul "Perubahaan Perilaku Belanja masyarakat dari Toko Konvensional ke *E-Commerce* Di Desa Teraju Kecamatan Toba Kabupaten Sanggau." Fokus permasalahan dalam penelitian ini yaitu perubahaan perilaku masyarakat dalam berbelanja dari Toko Konvenisional ke *E-Commerce*. Perubahan cara berbelanja masyarakat ini menimbulkan dampak terhadap perilaku masyarakat saat ini, hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan proses dalam berbelanja, variasi produk yang ditawarkan, dan cara promosi antara toko Konvensional dan E-Commerce. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan perilaku perubahaan berbelanja masyarakat dari toko konvensional ke *E-Commerce* di Desa Teraju Kecamatan Toba Kabupaten Sanggau, serta menganalisis faktor-faktor penyebab perubahaan perilaku berbelanja dari toko konvensional ke *E-Commerce* di Desa Teraju Kecamatan Toba Kabupaten Sanggau.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah observasi partisipasif, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Subjek dalam penelitian ini yaitu masyarakat desa Teraju, yang memiliki kriteria sering berbelanja secara online di E-Commerce maupun berbelanja secara offline di toko konvensional. Informan dipilih menggunakan teknik *snowball sampling* untuk memperoleh data yang mendalam mengenai pengalaman, pandangan, serta makna yang mereka berikan terhadap perilaku dalam berbelanja. Sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan yang menunjukan bahwa perubahan

sistem berbelanja masyarakat dari sebelumnya dengan sistem berbelanja di toko Konvensional namun mulai beralih ke sistem *Online* melalui *E-Commerce*, perubahan sistem berbelanja ini menimbulkan perubahan perilaku dalam berbelanja, bentuk-bentuk perubahan perilaku dalam berbelanja antara lain perubahan frekuensi dan intensitas dalam berbelanja, perubahan perilaku dalam proses pengambilan keputusan berbelanja, perilaku yang konsumtif karena perubahan jenis barang yang dibeli, dan perubahan dalam interaksi sosial masyarakat.

Faktor yang menyebabkan masyarakat memilih berbelanja di *E-Commerce* yaitu akses internet yang mudah, pilihan produk yang bervariasi, harga yang relatif murah dibandingkan toko konvensional, hemat waktu dan tenaga, diskon dan penawaran khusus, ulasan dan rekomendasi, trend fashion, dan transaksi yang aman. Dengan demikian, penelitian ini menunjukan bahwa perubahan sistem berbelanja dari offline ke *Online* menimbulkan perubahan perilaku masyarakat dalam berbelanja yang disebabkan oleh perbedaan proses, variasi, dan promosi antara toko konvensional dan *E-Commerce.*

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Angela Elisa Putri

Nomor Induk Mahasiswa : E101201013

Program Studi : Sosiologi

Dengan ini saya menyampaikan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Pontianak, 26 April 2026

Yang Membuat Pernyataan



Angela Elisa Putri

E101201013

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Tetapi kamu ini, kuatkanlah hatimu, jangan lemah semangatmu,

karena ada upah bagi usahamu"

(2 Tawarikh 15:7)

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kasuh, dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya, dua permata hati yang dititipkan Tuhan untuk membantuku mengarungi deras arus kehidupan. Teruntuk Bapak Silvanus Sisno Adiwinata, terima kasih kepadamu Bapak yang telah memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, seseorang yang selalu mengajarkan arti kesabaran dan kemandirian sehingga menjadikan saya seseorang yang bisa menghargai setiap jerih payah dan selalu menasehati saya untuk selalu rendah hati. Kemudian pintu surgaku, ibu Emeliana Ilan, seseorang yang tidak pernah henti mendoakan dan mendukung saya selama menyelesaikan pendidikan ini, Terima kasih telah melahirkan, merawat, dan membesarkan saya dengan penuh kasih sayang. Dengan ini kuhadiahkan

gelar ini sebagai bentuk bakti syukurku. Bujuklah Tuhan agar Ia memberikan ketegaran didalam relung jiwaku, agar tiap tetetasan darah kalian yang mengalir berdenyut di nadi ini dapat menghadiahkan kalian berdua kesuksesan dan kemudahan hidup.

2. Teruntuk saudara perempuan saya satu-satunya, Adik kandungku Aurelia Prisca, seorang gadis kecil yang beranjak dewasa yang menjadi alasan saya untuk mencapai kesuksesan sehingga dapat memenuhi kebutuhan, dan memberikan fasilitas yang lebih baik untukmu. Terima kasih telah banyak mengorbankan waktu bermainmu membantu kakak dalam mengurus bisnis kakak sehingga kakak bisa berfokus menyelesaikan skripsi ini.
3. Keluarga besar ku, Terutama kepada kakek tercinta, yang akrab di panggil kakek cenceng sosok yang selalu mengapresiasi setiap perjuangan saya, memberikan dukungan dan sosok yang selalu mengajarkan arti kebaikan. Dan untuk adik-adik sepupu tercinta yaitu pepe, cila, destin, dan selin, Terima kasih sudah banyak membantu dan menghibur kakak, kalian salah satu alasan saya untuk menjadi sukses agar dapat memberikan kalian kenangan-kenangan indah dan memberikan banyak hal yang tidak kakak dapatkan semasa kecil tetapi akan kakak usahakan untuk kalian.
4. Untuk Teman-teman semasa kuliah, Terima kasih atas kebersamaan dan telah banyak membantu semasa berkuliah, serta terima kasih selalu memberikan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Terimakasih kepada partner teman hidup saya Muhetny Aprildiansyah A. yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup saya.

Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu dan dukungan penuh disaat saya merasa jatuh. Terima kasih selalu menjadi seseorang yang selalu mendengarkan segala keluh kesah dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan tidak kalah penting terima kasih telah menjadi seseorang yang selalu ada di samping saya dan bersama-sama mewujudkan suatu impian.

6. Terakhir, teruntuk saya sendiri, Terima kasih sudah mau berjuang dan walau terkadang merasa jatuh namun tetap melanjutkan segala proses hingga bisa melewatinya. Angela Elisa Putri, Terima kasih telah menyelesaikan skripsi ini meski banyak rintangan, kelelahan, dan telah berkuliah sambil berkerja. Meski hasil tak selalu sejalan dengan usaha, kamu tetap memilih untuk tidak menyerah. Terima kasih telah kuat sehingga kamu bisa menyelesaikan skripsi ini dan meraih gelar yang telah lama kamu perjuangkan. Ini adalah bukti nyata bahwa kamu mampu. Rayakan pencapaian ini dengan bangga. Tak apa jika tak sempurna yang terpenting kamu telah memberikan yang terbaik. Teruslah bahagia, Putri.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan proposal penelitian yang berjudul: “Perubahaan Perilaku Belanja masyarakat dari Toko Konvensional ke *E-Commerce* Di Desa Teraju Kecamatan Toba Kabupaten Sanggau" ini dengan lancar dan terselesaikan dengan baik tepat waktu.

Proposal penelitian ini disusun sebagai tugas akhir dan merupakan suatu kewajiban yang harus dipenuhi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak. Berikutnya penulis menyadari keterbatasan yang ada pada proposal penelitian ini, karena hasil yang diperoleh melalui penulisan ini hanyalah langkah awal dari perjalanan panjang ilmu yang telah penulis peroleh.

Dalam penyusunan proposal penelitian ini banyak pihak yang telah membimbing, dan mendukung kepada penulis sehingga proposal penelitian ini dapat terselesaikan.. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Herlan, S.Sos M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak sekaligus dosen pembimbing utama yang telah membantu dan membimbing penulis dalam proses penyusunan proposal penelitian ini.

2. Ibu Dr. Elyta, M.Si selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Ibu Dr. Rupita, M.Kes selaku Wakil Dekan II Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Bapak Dr. Erdi, M.Si selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak.
5. Ibu Dr. Syarifah Ema Rahmaniah, B.A., M.Ed selaku ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak.
6. Ibu Desca Thea Purnama, S.Sos., M.Sos selaku Koordinator Program Studi Sosiologi Sekaligus dosen pembimbing pendamping yang telah membimbing saya dengan penuh kesabaran, memberikan masukan dan saran dalam Menyusun proposal penelitian ini.
7. Ibu Efriani, S.Ag.,M.Ant. selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) selama penulis menjalani perkuliahan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak.
8. Bapak Dr. Sudirman, M.Si selaku Dosen Penguji Pertama dan Ibu Ignasia Debby Batuallo, S.Sos,, M.Si selaku dosen penguji Kedua yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan dalam skripsi ini.
9. Bapak/Ibu dosen, Staf Tata Usaha dan Akademik serta jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Spsial dan Politik Universitas Tanjungpura Pontianak. Yang telah banyak membantu selama proses perkuliahan.

10. Masyarakat desa Teraju, terutama informan-informan yang telah membantu dan bekerja sama dengan penulis dalam mendapatkan informasi dan data yang diperlukan dalam pengerjaan skripsi ini.
11. Kepada Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu dalam proses skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga segala kebaikan, semangat dan partisipasi yang telah diberikan kepada penulis semoga Tuhan Yang Maha Esa memberi pahala dan hasil atas karya yang telah penulis lakukan, semoga penulis dapat membawa pemikiran dan manfaat yang berarti bagi semua pihak yang membutuhkan. Penulis menyadari kekurangan yang ada dalam proposal penelitian ini, semoga hasil penelitian ini dapat berguna dan dapat menambah wawasan bagi pembaca.

Pontianak, 27 April 2026

Angela Elisa Putri

NIM. E1041201013

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN…….. i
ABSTRAK…… iii
RINGKASAN SKRIPSI……...v
LEMBAR PENGESAHAN ..... Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR..... ii
BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang..... 1
1.2 Identifikasi Masalah 6
1.3 Fokus Penelitian 7
1.4 Rumusan Masalah..... 7
1.5 Tujuan Penelitian..... 7
1.6 Manfaat Penelitian..... 8
1.6.1 Manfaat Teoritis ..... …….81
1.6.2 Manfaat Praktis..... 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 9
2.1 Definisi dan Konsep 9
2.1.1 Perubahan Perilaku……...…….10
2.1.2 E-Commerce…….…….11
2.1.3 Toko Konvensional..... 15
2.1. Kajian Teori..... 16
2.2 Teori Behaviorisme .....**Error! Bookmark not defined.**
2.3 Hasil Penelitian yang Relevan..... 18
2.4 Kerangka Pikir Penelitian..... 21
BAB III METODE PENELITIAN..... 23
3.1 Jenis Penelitian 23
3.2 Langkah-Langkah Penelitian..... 24
3.2.1 Perencanaan Penelitian 24
3.2.2 Pelaksanaan Penelitian..... 25
3.2.3 Pelaporan Penelitian 25
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian..... 26
3.3.1 Tempat Penelitian 26
3.3.2 Waktu Penelitian..... 27

3.4 Subjek dan Objek Penelitian..... 27
3.4.1 Subjek Penelitian 27
3.4.2 Objek Penelitian..... 28
3.5 Instrumen Pengumpulan Data..... 29
3.6 Teknik Pengumpulan Data 29
3.6.1 Observasi 30
3.6.2 Wawancara. 30
3.6.3 Dokumentasi 31
3.7 Teknik Analisis Data 31
3.7.1 Data Reduction (reduksi data) 32
3.7.2 Display Data (Penyajian Data)……..…25
3.7.3 Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan…….……..…….25
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN……..…..28
4.1 Keadaan Geografis Desa Teraju……...28
4.1.1 Kondisi Geografis…….…...…….28
4.1.2 Iklim Desa Teraju…… 30
4.2 Kondisi Demografi…….. 30
4.2.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin……..……. 30
4.2.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia……..…….. 31
4.2.3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan…….32
4.2.4 Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian Pokok……...… 34
4.2.5 Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama…… 35
4.2.6 Jumlah Penduduk Berdasarkan Kewarganegaraan…….. 36
4.3 Profil Informan……..…….. 37
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN……...… 39
5.1 Perubahan Prilaku……...…… 39
5.1.1.1 Perubahan Frekuensi Dan Intensitas Berbelanja……... 41
5.1.1.2 Perubahan Perilaku Pola Pencarian Informasi Dalam Berbelanja…….43
5.1.1.3 Perubahan Perilaku Dalam Proses Pengambilan Keputusan Berbelanja...45
5.1.1.4 Perilaku Yang Konsumtif Karena Perubahan Jenis Barang Yang Dibeli.47
5.1.1.5 Perubahan Dalam Interaksi Sosial…….……49

5.2 Faktor Yang Membuat Masyarakat Memilih Berbelanja Melalui E-Commerce Daripada Berbelanja Di Toko Konvensional Di Desa Teraju, Kecamatan Toba, Kabupaten Sanggau……...……..51

5.2.1 Akses Internet Yang Mudah……..……...…51

5.2.2 Pilihan Produk Yang Bervariasi ……..……53

5.2.3 Harga Yang Lebih Murah Dibandingkan Toko Konvensional……54

5.2.4 Hemat Waktu Dan Tenaga…….……..56

5.2.5 Diskon Dan Penawaran Khusus……57

5.2.6 Ulasan Dan Rekomendasi…….……59

5.2.7 Trend Fashion…….……..61

5.2.8 Transaksi Yang Aman……..62

5.3 Analisis Teori Behaviorisme oleh B.F Skinner……..……63

BAB VI PENUTUP……..……..…….70

6.1 Kesimpulan…….……70

6.2 Saran.…….……..72

6.3 Keterbatasan Penelitian……73

DAFTAR PUSTAKA..... 34

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Waktu Penelitian…….27

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jasa pengiriman di desa Teraju…….……4

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian……...….22

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Jumlah Pengguna *E-Commerce* di Indonesia tahun 2020-2024……..3

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

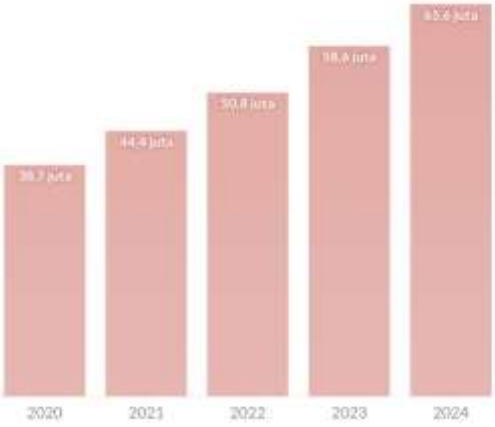
Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi memberikan berbagai dampak perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya dalam aspek perekonomian, terutama dalam dunia perdagangan. Munculnya konsep berbelanja secara *Online* tanpa harus bertatap muka telah menciptakan berbagai dampak dalam kehidupan. Sistem belanja masyarakat yang mulai bergeser dari secara offline gini bergeser dengan berbelanja secara *Online* menggunakan internet. Kemudahan yang di hadirkan dalam berbelanja secara *Online* membuat para pebisnis mamanfaatkan cara tersebut, yaitu dengan berjualan melalui *E-Commerce.* Pengertian *E-Commerce* menurut Nugroho (2006), *E-Commerce* adalah sebuah cara yang dilakukan dalam membeli dan menjual suatu produk dengan menggunakan layanan melalui internet (Ikhwan dkk, 2023). Sementara menurut Jony Wong (dalam Yusuf dan Ifada, 2022, hlm. 2)., pengertian *E-Commerce* yaitu suatu sistem bisnis dengan transaksi melalui sistem elektronik dalam melakukan kegiatan jual beli, dan pemasaran jasa dan barang

Aplikasi *E-Commerce* yang sering digunakan yaitu *Shop*ee, TikTok *Shop*, Tokopedia, Lazada, dan sebagainya. Cara berbelanja yang mudah membuat minat customers dalam berbelanja secara *Online* terus-menerus. Perkembangan berbelanja melalui *E-Commerce* pada saat ini terus mengalami peningkatan, Berdasarkan data (PDSI) Pusat Dasa dan Sistem Informasi jumlah pengguna *E-*

Commerce setiap tahun mengalami kenaikan, jumlah penggunaan *E-Commerce* pada tahun 2024 diprediksi mencapai 65,65 juta orang.

Grafik 1.1

Jumlah pengguna *E-Commerce* di Indonesia tahun 2020-2024



Sumber : *PDSI Kementerian Perdagangan, 2025*

Berdasarkan data pada Grafik 1.1 maka dapat dilihat bahwa penggunaan *E-Commerce* dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan, pada tahun 2020 jumlah pengguna *E-Commerce* yaitu sebanyak 38,7 juta, pada tahun 2021 mengalami kenaikan yaitu dengan jumlah 44,4 juta, selanjutnya pada tahun 2022 sebanyak 50,8 juta pengguna, pada tahun 2023 menjadi 58,6 juta pengguna, dan terus mengalami kenaikan pada tahun 2024 sebanyak 65,6 juta pengguna *E-Commerce*. Tingkat penggunaan *E-Commerce* sebagai aplikasi transaksi jual beli yang terus meningkat, kini banyak para penjual yang memanfaatkan *E-Commerce* sebagai sarana untuk memasarkan produk jualan. Saat ini banyaknya masyarakat yang lebih memilih berbelanja secara *Online* melalui *E-Commerce* daripada berbelanja langsung di market atau toko Konvensional yang ada di daerah

terdekat. Perubahan kebiasaan berbelanja masyarakat ini tentu dapat menimbulkan berbagai dampak dalam kehidupan sehari-hari.

Dampak dari perubahaan kebiasaan masyarakat dalam berbelanja dari berbelanja secara langsung beralih secara *Online* menimbulkan berbagai dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif yaitu kemudahan dan efisiensi konsumen dapat mengemat waktu dan tenaga karena bisa mengakses *E-Commerce* untuk berbelanja kapan saja dan di mana saja, harga yang ditawarkan lebih murah dan pilihan produk bervarisasi daripada di toko Konvensional, bagi pelaku usaha yang berjualan melalui *E-Commerce* dapat memperluas jangkauan penjualan. Sedangkan dampak Negatif yaitu meningkatnya gaya hidup konsumtif, Isolasi sosial karena tidak adanya interaksi sosial secara langsung antara penjual dan pembeli, terjadinya penipuan yaitu ketidaksesuaian antara barang yang di pesan dan Ketika barang datang, dan persaingan yang tidak sehat antara toko pada *E-Commerce* dan toko konvensional, sehingga dapat mengakibatkan sepinya toko konvensional bahkan tutupnya toko-toko konvensional.

Faktor yang mendorong masyarakat dalam berbelanja melalui *E-Commerce* daripada berbelanja langsung di toko konvensional yaitu waktu yang lebih efisien, masyarakat bisa berbelanja kapan dan dimanapun tanpa harus keluar rumah dan pastinya lebih hemat waktu, berikutnya dari segi harga yang ditawarkan yang lebih murah daripada toko konvensional, harga yang menjadi perbandingan bagi konsumen dalam keputusan membeli produk, banyaknya pilihan produk dan toko yang ada di *E-Commerce* juga menjadi alasan masyarakat berbelanja di *E-Commerce*. Selanjutnya banyaknya promo yang ditawarkan,

seperti voucher gratis ongkir dan voucher potongan harga yang ditawarkan, apalagi adanya promo tanggal kembar setiap bulan tentu semakin menarik minat konsumen untuk berbelanja. Proses transaksi jual beli yang mudah dan cepat pada *E-Commerce*, dengan proses pembayaran yang mudah, dan adanya metode pembayaran COD (*Cash On Delivery*) yang menjadi alasan konsumen semakin berbelanja melalui *E-Commerce*. Begitu banyak kemudahan yang ditawarkan pada *E-Commerce* sehingga meningkatkan minat karena kepuasaan pelanggan dalam berbelanja secara *Online*.

Fenomena masalah ini terjadi di Desa Teraju, Kecamatan Toba, Kabupaten Sanggau. Saat ini banyak masyarakat yang mulai beralih berbelanja secara online di *E-Commerce*, hal ini di faktori oleh sarana dan prasarana yang tersedia di Desa Teraju, seperti akses jaringan internet yang tersedia, yang semakin memudahkan masyarakat untuk mengakses E-Commerce untuk berbelanja secara online di tambah lagi sarana eksepedisi pengiriman yang lengkap, seperti adanya jasa pengiriman JNE, JNT, SPX, Ninja Ekspres, ID Ekpress, dan POS Indonesia. Lengkapnya sarana yang berkaitan dalam berbelanja secara online ini menjadi faktor meningkatnya jumlah pengguna E-Commerce di desa Teraju.

Gambar 1.1 Jasa Pengiriman Di Desa Teraju







Sumber : Dokumentasi Penulis, 2026

Selain itu kondisi perdagangan di desa Teraju juga masih terbilang jauh tertinggal, hal ini dapat dilihat dari jumlah toko Konvensional yang tersedia masih sedikit, jika toko konvensional yang ada di desa Teraju hanya sedikit maka variasi produk yang dibutuhkan masyarakat juga akan sulit didapatkan. Untuk itu masyarakat kini lebih memilih berbelanja secara online karena lebih mudah, cepat, dan lengkap.

Berdasarkan fenomena masalah tersebut, penelitian ini memiliki urgensi untuk dilakukan karena perubahan kebiasaan berbelanja masyarakat dari toko konvensional ke berbelanja *E-Commerce* dapat berdampak positif dan negatif. Dampak positif yaitu memberikan berbagai kemudahan dalam berbelanja, sedangkan dampak negatif dapat menimbulkan perilaku konsumtif, kurangnya interaksi masyarakat dan berdampak terhadap penghasilan toko konvensional di desa Teraju. Untuk itu penelitian ini penting untuk dilakukan agar masyarakat dapat mengetahui dampak positif dan negatif akibat perubahaan kebiasaan dalam berbelanja melalui *E-Commerce*.

Berdasarkan pemaparan diatas maka maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Perubahaan Perilaku Belanja masyarakat dari Toko Konvensional ke *E-Commerce* Di Desa Teraju Kecamatan Toba Kabupaten Sanggau "

Peneliti memilih judul ini karena fenomena ini nyata terjadi di desa Teraju. Topik ini menarik untuk diteliti karena perubahaan kebiasaan masyarakat dalam berbelanja secara langsung di toko konvensional kini beralih ke *E-Commerce* memberikan berbagai dampak sosial. Untuk itu penelitian ini penting untuk dilakukan agar memberikan gambaran tentang bagaimana perubahan kebiasaan masyarakat dalam berbelanja dari toko konvensional ke *E-Commerce* serta memberi wawasan tentang dampak berbelanja melalui *E-Commerce*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Perubahaan perilaku berbelanja masyarakat dari Toko Konvenisional ke *E-Commerce* di Desa Teraju, Kecamatan Toba, kabupaten Sangau.
2. Banyak faktor yang mendorong masyarakat memilih berbelanja melalui *E-Commerce* di Desa Teraju, Kecamatan Toba, kabupaten Sangau.

1.3 Fokus Penelitian

Agar kualitas dan fokus penelitian dapat terjaga konsistensinya dengan jelas maka permasalah pada penelitian ini akan dibatasi. Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas, maka penelitian ini berfokus pada Perubahaan perilaku masyarakat dalam berbelanja dari Toko Konvenisional ke *E-Commerce* di Desa Teraju Kecamatan Toba kabupaten Sanggau.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah inilah yang dianggap peneliti sebagai masalah yang diajukan dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Mengapa masyarakat mengalami perubahan perilaku berbelanja dari toko Konvensional ke *E-Commerce* di Desa Teraju Kecamatan Toba Kabupaten Sanggau?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mendeskripsikan perubahaan perilaku masyarakat dalam berbelanja dari toko konvensional ke *E-Commerce* di Desa Teraju Kecamatan Toba Kabupaten Sanggau.
3. Untuk menganalisis faktor yang mendorong masyarakat memilih berbelanja melalui *E-Commerce* di Desa Teraju, Kecamatan Toba, kabupaten Sangau.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfat Teoritis

Hasil penelitian ini memiliki tujuan supaya dapat memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan kepada pembaca mengenai bagaimana perubahaan perilaku masyarakat dalam berbelanja dari toko konvensional ke *E-Commerce*.

1.6.2 Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya serta dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam kehidupan sehari-hari.
b. Bagi pembaca, penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk menambah pengetahuan dan bagi pembaca agar mengetahui apa dampak yang dari berbelanja melalui *E-Commerce*.