

ABSTRAK

Putri Destiani, 1188030145, 2022 : Penggunaan Online Shop Di Kalangan Masyarakat Perdesaan (Penelitian Pada Masyarakat Desa Bantarjaya Kecamatan Pebayuran Kabupaten Bekasi)

Penelitian ini di latarbelakangi oleh perubahan teknologi informasi dan komunikasi yang telah membawa masyarakat kepada perubahan yang cukup besar dan berlangsung secara cepat. Salah satu hasil dari perubahan itu adalah munculnya *elektronic commerce* atau *platform* jual beli *online* yang digunakan oleh masyarakat. *E-commerce* atau pasar *online* ini memberikan tawaran berbelanja bisa dengan menggunakan media *smartphone* yang telah terhubung dengan jaringan internet. Hal tersebut membuat masyarakat beralih untuk membeli barang secara *online* di pasar digital ini.

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana dampak penggunaan *e-commerce* terhadap perilaku belanja masyarakat di desa Bantarjaya Kecamatan Pebayuran Kabupaten Bekasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Sumber primer yaitu tujuh orang warga desa Bantarjaya, enam orang perempuan dan satu orang laki-laki. Teknik pengumpulan data menggunakan metode dengan wawancara mendalam, observasi, dan kajian pustaka. Teknik analisis data didapat dari lapangan pada warga desa Bantarjaya, dilakukan pengumpulan data, pengolahan data, penyajian data dan kesimpulan data.

Hasil yang ditemukan dilapangan yaitu perwakilan dari keseluruhan warga desa Bantarjaya menggunakan *online shop* sebagai tempat berbelanja. Simpulan yang didapatkan dari penelitian ini yaitu karena adanya beberapa faktor pendukung seperti jaringan internet yang memadai, ketersediannya alat berupa *smartphone* dan juga adanya dana. Selain itu juga ada dampak positif dan negatif penggunaan *online shop*, dampak positif yang ditimbulkan adalah memudahkan masyarakat untuk berbelanja dan dampak negatifnya adalah sering terjadi penipuan yang dilakukan oleh orang tak bertanggung jawab.

Kata Kunci: Online Shop, Masyarakat desa, Perilaku Belanja