



Pola Perilaku Konsumen UMKM berbasis Website Komersial

(Studi Website Mbakdiskon.com)

Internet sebagai wadah baru dalam media menawarkan banyak sekali kemudahan dalam mengakses berbagai macam informasi, mulai dalam bentuk situs portal berita, jurnal, forum, jejaring sosial, maupun situs komersial. Dimana beberapa hal tersebut seperti situs portal berita, forum dan jejaring sosial sudah mampu untuk menjadi lapangan kerja baru dengan mempekerjakan banyak orang dalam suatu perusahaan. Disinilah letak yang menarik, sebagai media yang relatif baru, internet akan terus layak dan menarik untuk dikaji baik dari sisi teknologi maupun dampak sosialnya. Selain menciptakan lapangan kerja baru secara digital yang dapat dilakukan secara jarak jauh, beberapa masyarakat pun ikut terpengaruh dalam metode belanja gaya baru ini. Dimana mereka memiliki alternatif lain dalam mencari produk dan jasa yang ditawarkan.

Metode yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dan observasi langsung karena peneliti sempat bekerja di *mbakdiskon.com* pada tahun 2011 hingga 2013. Pembahasan UMKM dan internet sendiri sudah banyak dibahas oleh jurusan Ekonomi, namun untuk membahas UMKM dan kaitannya dengan jurusan Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan sejauh ini masih jarang dibahas, maka oleh sebab itu penelitian ini menjadi suatu yang orisinal dan masih jarang di jurusan ini. Objek penelitian ini adalah sebuah UMKM berbasis website bernama *mbakdiskon.com* yang aktif sejak 2010 hingga 2015 dan berlokasi di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan mengenai perbedaan antara pola perilaku konsumen berbasis website dengan sebelum adanya *e-commerce*, bagaimana perbedaan antara pola pelajar dan pekerja dalam berbelanja dan mengakses *mbakdiskon.com*. Hasil lain adalah kritik dan saran yang bersumber langsung oleh konsumen. Hal ini baik karena tidak hanya bermanfaat bagi para pemula yang ingin memulai bisnis UMKM berbasis



website komersial, tetapi bisa juga dijadikan referensi dalam meningkatkan kualitas bagi pemilik bisnis UMKM yang telah berjalan. bisa juga dijadikan referensi dalam meningkatkan kualitas bagi pemilik bisnis UMKM yang telah berjalan.

Kata kunci: pola perilaku konsumen, website UMKM, modal sosial.



Consumer Behavior Pattern of SME's (Small and Medium Enterprise) Commercial Website Consumer (Study of Mbakdiskon.com Website)

Internet as a new platform of media offers so many simplicity to access information, from news portal, journal, forums, social media, also commercial website. As for news portal, forum and social media it already become another job opportunity for some people in companies. Which this part I found it interesting, as a media that relatively new, internet will be continuously interesting to be explored from technology part and also the social impact itself. In the context of social impact, there are so many impact that happen because of internet, not only as job opportunity but also the worker can work virtually and not in office. Not only worker, but also consumers are affected by this method as one of the way for them to shop and browse their needs.

The method that is used on this research is qualitative method which is focusing on how the consumers do shopping on SME based on website or e-commerce. The topic about SME already been discussed a lot on Economic major, but not as in Social Development and Welfare major. Thus, this research is done as part of authenticity focus. The object of the research is an e-commerce called *mbakdiskon.com* which runs for 5 years from 2010 to 2015. The object is located in Special Region of Yogyakarta. Researcher is doing direct observation during working on *mbakdiskon.com* on 2011 to 2013.

Output of this research hopefully could give insight about the difference of consumers before and after *e-commerce* exist, also the pattern difference between student and employee consumers on accessing and shopping on *mbakdiskon.com*. the other result also could be critics and input for *mbakdiskon.com* which given directly from the consumers. Which is also good for those who wants to start business on website SMEs or e-commerce and also those who want to improve the quality on their current SMEs.

Key words: consumers behavior pattern, SMEs website, social capital