TINGKAT PENGETAHUAN SISWA KELAS X MPLB 1 SMK N 6 SURAKARTA TENTANG PASAR ONLINE & PASAR OFFLINE

Lusi Nur'Aini, Aris Prio Agus Santoso, Dewi Zulvani, Nindi Dian Praweswari, Nur Aini Salsabila, Khaifa Khusnul Qotimah, Ayuk Rahmawati
Progam Studi Akutansi, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa
Jl. Ki Mangun Sarkoro No.20, Nusukan, Surakarta

Abstract

The digital economic era has penetrated and changed people's lifestyles, one of which is the ease of online transactions. Gadget users increase every year and this is offset by increasing e-commerce (online market) activity. Due to the increase in people's incomes, the demand for online shopping continues to increase. Another cause is price changes which often go down due to discounts and price differences for online stores which tend to be cheaper than offline stores. The aim of this research is to find out whether Class X MPLB 1 SMK 6 Surakarta students understand about online markets and offline markets. The analytical method used is a quantitative research method (survey method), namely a structured or systematic question that is asked to many people, then all the answers obtained by the researcher are recorded, processed and analyzed by distributing questionnaires. Based on the results of the research we have conducted, it shows that (88.9)% of them can differentiate between online markets and offline markets, 23(63.9)% understand, 11(30.6)% feel they don't understand and 2(5.6))% do not understand about online markets and offline markets. In terms of students' interest in online and offline market trading (63.9)% of students choose to make transactions through online markets, while (36.1)% of students choose to make offline market transactions

Keywords*: Online marketplace. Offline Market*

abstrak

Era ekonomi digital telah merambah dan mengubah gaya hidup masyarakat, salah satunya kemudahan bertransaksi secara online. Pengguna gadget meningkat setiap tahunnya dan diimbangi dengan meningkatnya aktivitas e-commerce (pasar online). Karena peningkatan pendapatan masyarakat, permintaan belanja online terus meningkat. Penyebab lainnya adalah perubahan harga yang sering turun karena adanya diskon dan perbedaan harga untuk toko online yang cenderung lebih murah dibandingkan toko offline. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah Siswa Kelas X MPLB 1 SMK 6 Surakarta paham mengenai Pasar Online dan Pasar Offline. Metode analisis yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif (metode survey) yaitu suatu pertanyaan terstruktur atau sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis dengan menyebar kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian yang telah kami lakukan menunjukan bahwa (88,9)% mereka bisa membedakan antara pasar online dan pasar offline, 23(63,9)% paham , 11(30,6)% merasa kurang paham dan 2(5,6)% tidak paham

mengenai pasar online dan pasar offline. Dalam minat siswa dalam perdagangan pasar online dan offline (63,9)% siswa memilih untuk melakukan transaksi melalui pasar online, sedangkan (36,1)% siswa memilih melakukan transaksi pasar offline.
***Kata Kunci** :Pasar online. Pasar Offline*

1. Pendahuluan

Berbelanja sekarang lebih mudah berkat kemajuan teknologi internet. Perubahan ini mampu mengubaah pola hidup masyarakat dalam hal apapun. Pada Tahun 2018 jumlah penduduk Indonesia mencapai 265,4 juta dengan pengguna internet sebanyak 132,7 juta. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia sangat banyak dan hampir setengah dari penduduk Indonesia (Rohmania, 2023). Menurut (Kurnia et al., 2023) karena kemajuan teknologi, konsumen lebih cenderung berbelanja melalui media online. Hal ini disebabkan oleh kemudahan akses internet, yang memungkinkan mereka berbelanja dari mana saja dan kapan saja. Dengan munculnya platfom belanja online dan kemajuan teknologi, pasar global telah mengalami transformasi yang signifikan. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi bagaimana bisnis beroperasi, tetapi juga bagaimana pelanggan berperilaku. Di tengah dinamika pasar yang cepat, penting bagi kita untuk memahami perbedaan, potensi, dan tantangan yang ada di pasar online dan pasar offline. Pasar, tempat transaksi ekonomi berlangsung, telah ada sejak manusia mengenal pertukaran untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Berbelanja secara online sekarang menjadi kebiasaan setiap orang. Dalam menjalankan transaksi, ini memiliki banyak keuntungan. Pasar online memiliki beberapa keunggulan, seperti dapat memperoleh keuntungan yang besar karena mampu masuk ke pasar global tanpa perlu investasi finansial yang besar, menawarkan beragam produk dan layanan yang berbeda dari pasar tradisional (offline), dan memberikan kemudahan bagi pelanggan. Tetapi kelemahan pasar online adalah pelanggan tidak dapat melakukan uji coba terhadap produk yang ingin mereka beli, Tidak diragukan lagi, permintaan barang online dapat berubah karena berbagai alasan. Perubahan tersebut dapat mempengaruhi jumlah permintaan menjadi turun atau meningkat. Disebabkan oleh pendapatan masyarakat yang semakin meningkat, perubahan dan perbedaan harga yang sangat besar, selera masyarakat yang berbeda-beda sehingga konsumen dapat memilih produk dengan merek yang berbeda, dan ekspektasi masyarakat.

Adanya e-commerce ini berdampak luas pada semua orang, baik dewasa maupun remaja.Kemudahan yang ditawarkan seringkali membuat pelanggannya menjadi konsumtif, terutama siswa. Salah satu alasan mengapa siswa menjadi konsumtif adalah karena psikologi mereka sangat fleksibel dan mudah dipengaruhi. Beberapa faktor yang berkontribusi termasuk mencari kesenangan, membeli barang yang tidak berguna, dan membuang uang. Dengan kemajuan teknologi saat ini, siswa sekarang dapat memanfaatkan berbagai fasilitas dan dapat melakukan segala sesuatu dengan cepat dan mudah. E-commerce, misalnya, dapat mengubah siswa menjadi konsumtif, tetapi juga dapat membantu mereka menjadi wirausahawan. (Supriatna et al., 2023)

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif menggunakan banyak angka, mulai dari pengumpulan data hingga penafsirannya. Seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis dengan menyebar kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah Siswa Kelas X MPLB 1 SMK N 6 Surakarta yang berjumalah 36 siswa.

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam kehidupan sehari-hari tentunya kita melihat hampir 99% orang melakukan transaksi jual beli di pasar online maupun pasar offline. Semakin hari semakin berkembang bukan hanya pada kalangan dewasa melainkan juga pada kalangan anak muda (remaja). Pengetahuan beberapa orang tidak mungkin sama dengan satu sama lain ada yang sudah paham betul tentang transaksi online maupun offline tetapi dari berbagai penelitian terdapat Konsumen yang berbelanja secara online meningkat dari 11% sebelum pandemi menjadi 25%. Menariknya, 74,5 persen pelanggan yang tetap berbelanja secara offline.

Dan kenapa orang lebih memilih berbelanja secara online, karena orang yang berbelanja secara online paham betul kelebihan berbelanja secara online seperti memungkinkan pelanggan untuk membandingkan harga dan memilih pilihan terbaik karena memungkinkan akses yang lebih luas ke berbagai produk dan penjual yang berasal dari berbagai lokasi. Selain itu, mereka memiliki kemampuan untuk berbelanja kapan saja dan di mana saja tanpa harus meninggalkan kenyamanan rumah mereka.

Tetapi ada juga yang lebih memilih berbelanja di pasar secara langsung tatap muka dengan penjual dengan sebutan pasar offline dikarenakan ada beberapa kelebihan seperti

seperti pengalaman belanja yang dapat dirasakan secara langsung. Konsumen memiliki kemampuan untuk melihat, meraba, dan mencoba barang sebelum membelinya. Interaksi langsung dengan penjual dan karyawan toko juga dapat meningkatkan layanan pelanggan.

Tabel 1.

Data Tingkat Pengetahuan Siswa SMK Negeri 6 Surakarta Kelas X MPLB 1

NO	PRESENTASE	TOPIK
1.	Menurut anda apa itu pasar online	
	88,9%	Transaksi jual beli secara online (maya)
	11,1%	Transaksi jual beli secara langsung oleh penjual
2.	Menurut anda apa itu pasar offline	
	13,9%	Transaksi jual beli secara online (maya)
	86,1%	Transaksi jual beli secara langsung oleh penjual
3.	Anda lebih memilih berbelanja melalui pasar online atau pasar offline	
	63,9%	Pasar online
	36,1%	Pasar offline

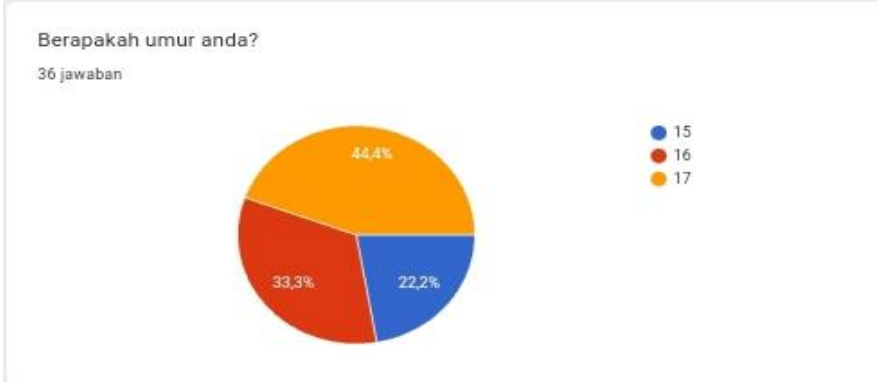
Sumber: *google form yang diisi oleh siswa kelas X MPLB 1 SMKN 6 SKA*

Dari hasil pengumpulan data melalui pengabdian yang telah kami lakukan di SMK Negeri 6 Surakarta dan lebih tepatnya di kelas X MPLB 1 dengan menggunakan kuisioner terstruktur yang disebar menggunakan google form didapatkan responden sebanyak 36 siswa-siswi. Data yang diperoleh ini telah diverifikasikan sebelumnya untuk membuang data yang tidak valid yang akan mempengaruhi hasil dari analisis data pengabdian. Profil responden dalam penelitian ini diamati untuk memberikan gambaran apa sampel penelitian ini. Responden yang dikategorikan berdasarkan beberapa kelompok berdasarkan jenis kelamin, umur, pekerjaan orang tua, dan berbagai pertanyaan yang mengenai pasar online dan pasar offline.

Berdasarkan kelas dan jurusan jumlah responden terdapat 36 orang (100%) dikarenakan kegiatan pengabdian dikalukan dalam satu kelas yaitu X MPLB 1 SMK Negeri 6 Surakarta.

Diagram 1.

Data Tingkat Umur Siswa SMK Negeri 6 Surakarta Kelas X MPLB 1

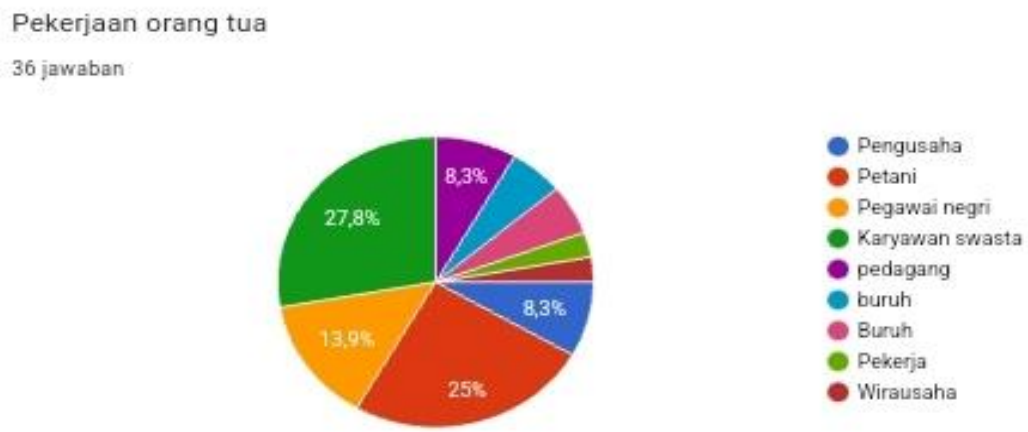


Sumber: *google form yang diisi oleh siswa kelas X MPLB 1 SMKN 6 SKA*

Berdasarkan diagram diatas umur siswa-siswi kelas X MPLB 1 terdapat 3 opsi yaitu yang pertama terdapat 16 orang (44,4%) responden yang berumur 17 tahun , yang kedua terdapat 12 orang (33,3%) responden yang berumur 16 tahun, dan yang terakhir terdapat 8 orang (22,2%) responden yang berumur 15 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan siswa-siswi yang berumur 17 tahun dan 16 tahun. Menurut Nursalam (2008), usia dapat memengaruhi pengetahuan seseorang; semakin tua, lebih kuat, dan lebih matang dalam berpikir dan bekerja.

Diagram 2.

Data Tingkat Pekerjaan Orang Tua Siswa SMK Negeri 6 Surakarta Kelas X MPLB 1



Sumber: *google form yang diisi oleh siswa kelas X MPLB 1 SMKN 6 SKA*

Berdasarkan kelompok pekerjaan orang tua dari siswa-siswi kelas X MPLB 1 ini terdapat berbagai hasil jawaban. Responden yang paling banyak yaitu terdapat 10 orang

(27,8%) sebagai karyawan swasta, terdapat 9 orang (25%) sebagai petani, 5 orang (13,9%) sebgai pegawai negeri,4 orang (11,2%) sebagai buruh, 3 orang (8,3%) sebagai pedagang, 3 orang (8,3%) sebagai pengusaha, 1 orang (2,8%) sebagai wirausaha, dan yang terakhir ada 1 orang (2,8%) sebagai pekerja. Dengan diagram tersebut kita mendapatkan hasil bahwa orang tua dari siswa-siswi kelas X MPLB 1 memiliki berbagai macam pekerjaan.

Diagram 1.

Data Tingkat Pemahaman Siswa SMK Negeri 6 Surakarta Kelas X MPLB 1

Sumber: *google form yang diisi oleh siswa kelas X MPLB 1 SMKN 6 SKA*

Berdasarkan kelompok seberapa anda paham betul tentang pergadangan melalui pasar online dan pasar offline, kita mendapatkan hasil terdapat 23 orang (63,9%) responden yang paham, lalu terdapat 11 orang (30,6%) responden yang kurang paham, dan terdapat 2 orang (5,6%) responden yang tidak paham. Oleh karena itu kita dapat menyimpulkan bahwa siswa-siswi hampir (100%) sudah paham betul tentang perdagangan pasar online dan pasar offline. Walaupun terdapat 2 orang (5,6%) yang tidak paham sekali tentang perdagangan pasar online dan offline.

4. Penutup

Pasar online memungkinkan akses yang lebih luas ke berbagai produk dan penjual yang berasal dari berbagai lokasi, yang memungkinkan pelanggan untuk membandingkan harga dan memilih pilihan terbaik. Ini adalah alasan sebagian besar orang yang melakukan transaksi jual beli melalui pasar online. Mereka juga dapat berbelanja kapan saja dan di mana saja tanpa meninggalkan kenyamanan rumah mereka.Walaupun kebanyakan orang memilih transaksi jual beli melalui pasar online, terdapat juga yang lebih tertarik melakukan transaksi melalui pasar offline dikarenakan

pasar offline juga memiliki kelebihan seperti pengalaman belanja yang dapat dirasakan secara langsung. Konsumen memiliki kemampuan untuk melihat, meraba, dan mencoba barang sebelum membelinya. Interaksi langsung dengan penjual dan karyawan toko juga dapat meningkatkan layanan pelanggan.

Hampir 99% orang melakukan transaksi jual beli di pasar online maupun offline dalam kehidupan sehari-hari. Semakin hari, baik dewasa maupun remaja semakin berkembang. Beberapa orang mungkin tidak memiliki pemahaman yang sama tentang transaksi online dan offline, tetapi penelitian menunjukkan bahwa pelanggan yang berbelanja secara online meningkat dari 11% sebelum pandemi menjadi 25%. Namun, menariknya, 74,5% pelanggan masih berbelanja secara offline.

Menurut siswa SMK Negeri 6 Surakarta kelas X MPLB 1, jadi kesimpulan dari kuisioner yang kita buat dan kita sebarkan ke kelas X MPLB 1, (88,9%) mereka bisa membedakan antara perdagangan pasar online dan pasar offline, lalu terdapat pertanyaan tentang seberapa paham siswa tentang perdagangan pasar online dan offline adalah sebanyak 23 (63,9%) yang menjawab paham, sedangkan 11 (30,6%) merasa kurang paham, dan 2 (5,6%) tidak paham. Dan dalam pertanyaan minat siswa dalam perdagangan pasar online dan pasar offline (63,9%) siswa memilih untuk melakukan transaksinya melalui pasar online , sedangkan (36,1%) siswa memilih melakukan transaksi pasar offline.

Daftar Pustaka

Jati, A. I., & Yogyakarta, U. N. (2023). *Analisis Permintaan Belanja Online di Indonesia*.

Kurnia, D. W. I., Sembiring, E., & Area, U. M. (2023). *PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE DAN OFFLINE PADA KOMUNITAS SHIFT MEDAN Diajukan Sebagian Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas Psikologi FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN*.

Misi, H. L., Darwis, M. A. P., & Sabil, M. (2023). Pengaruh Aplikasi Belanja Online dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif. *... and Accounting Research ...*, *3*(2), 1–12. https://www.jurnal.ilrscentre.or.id/index.php/mars/article/view/42%0Ahttps://ww

w.jurnal.ilrscentre.or.id/index.php/mars/article/download/42/48

Rohmania, D. R. (2023). PENGARUH PASAR ONLINE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DAN DAMPAKNYA PADA PASAR TRADISIONAL (Studi Kasus di Pasar Tradisional Kajen). *Jurnal Sahmiyya*, *2*(1), 222–229.

Supriatna, A., Zahra, A., Meilani, A. P., & Khusaeni, M. F. (2023). *Penggunaan E-Commerce Dan Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Siswa : Antara Konsumtif Atau Pendapatan ?*

Zahrah, A., Mayasari, M., & Tayo, Y. (2022). Pengaruh Pengunaan Aplikasi Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, *6*(2), 3637–3643. https://doi.org/10.58258/jisip.v6i2.2887