

## ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi saat ini telah membentuk suatu budaya baru berbasis *internet* (*cyberculture*). Kemudahan yang ditawarkan oleh internet berimbas pada pengguna *internet* yang terus bertambah seiring berjalannya waktu. Penggunaan *internet* telah berhasil menyentuh bidang perekonomian terutama menyangkut hal jual-beli. Perdagangan dapat dilakukan dengan cara yang begitu cepat dan mudah dengan penggunaan teknologi internet. Toko yang nyata kini nampak bergeser ke arah toko mayantara, dengan memiliki *email* seseorang sudah bisa memiliki toko mayantara dengan lahan berjualan berupa situs. Salah satu dari sekian banyak toko mayantara yang dapat dijumpai saat ini adalah situs Tokobagus.com.

Situs Tokobagus.com merupakan situs jual-beli terbesar di Indonesia, dengan jumlah *member* lebih dari 2,5 juta di tahun 2012. Motivasi seseorang bergabung ke dalam situs Tokobagus.com kemudian dianalisis dengan menggunakan *teori uses and gratification*. Setelah mengetahui motivasi seseorang bergabung ke dalam komunitas, kemudian akan dipelajari bagaimana bentuk interaksi yang terjadi antara pengguna situs Tokobagus.com menggunakan teori interaksi sosial Soerjono Soekanto. Adanya interaksi sosial melahirkan kepercayaan pengguna yang kemudian dipahami dengan menggunakan teori modal sosial dari Putnam dan Fukuyama. Hingga permasalahan kemudian mengerucut pada kepercayaan bertransaksi dan modal sosial didalamnya. Kemudian dianalisis kembali menggunakan teori teknoekonomi David Kaplan dan Albert Mannes. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, yang bertujuan untuk memahami fenomena perdagangan *online* pada pengguna situs Tokobagus.com.

Hasil penelitian adalah, diketahuinya proses jual-beli yang begitu mudah dan praktis dengan model perdagangan setengah *online* dan *full online*. Diketahuinya interaksi sosial pada pengguna situs yang berupa asosiatif (hubungan dagang, pertemanan, relasi bisnis) dan disosiatif (pertikaian, konflik). Interaksi sosial kemudian memunculkan suatu hubungan timbal-balik yang membentuk modal sosial yang salah satu unsurnya adalah kepercayaan antar pengguna situs dalam melakukan transaksi jual-beli. Selanjutnya pada fenomena jual-beli melalui situs Tokobagus.com, dimana penggunaan teknologi internet telah memunculkan sisi sosial-budaya. Sisi sosial-budaya meliputi segala bentuk hubungan antara pengguna situs Tokobagus.com, serta konsekuensi yang didapatkan akibat hubungan tersebut. Proses jual-beli pada masyarakat kini mulai bergeser ke arah perdagangan *online*. Perdagangan pada situs Tokobagus.com telah berhasil memasuki tujuh unsur kebudayaan Koentjaraningrat dengan adaptasi yang baik, salah satu unsur yang menonjol adalah unsur ekonomi.

Kata kunci : *internet*, perdagangan, *online*, interaksi sosial, teknoekonomi, situs Tokobagus