

PERILAKU PEMBELAJARAN KONSUMEN (*CONSUMER LEARNING
BEHAVIOR*) DALAM MENGADOPSI E-COMMERCE TANI HUB
(Deskripsi Perilaku Belajar pada Lingkup Pertemanan Para Adopter Tani Hub)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Maulavida Qholbyah Rahmah

NIM: 071611533008

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
DEPARTEMEN KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA

Semester Genap 2019/2020

LEMBAR ORISINALITAS

IR PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

LEMBAR ORISINALITAS

Bagian atau keseluruhan isi Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan (langsung maupun tidak langsung) dalam isi Skripsi.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 5 Maret 2020



SKRIPSI

ii
PERILAKU PEMBELAJARAN KONSUMEN...

MAULAVIDA Q.R.

SURAT KETERANGAN TES KESAMAAN (SIMILARITY)



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PUSAT PENGEMBANGAN PUBLIKASI ILMIAH
Kampus B, Dharmaawangsa Dalam Surabaya (60284) Telp. (031) 4024015, 4011744 Fax. (031) 5012462
Website : <http://www.fstc.unair.ac.id> – Email : fstc@fsmi.unair.ac.id

SURAT KETERANGAN TES KESAMAAN (SIMILARITY)

Nomor : 1023/071/29.04.2020



Kami telah melakukan tes kesamaan (similarity) terhadap Skripsi/Tesis/Disertasi/Artikel atas nama pengarang dibawah ini:

Nama : Meulevida Qholbyah Rahmah
NIM : 071611533008

Dengan ini menerangkan bahwa Skripsi/Tesis/Disertasi/Artikel:

Judul : Perilaku Pembelajaran Konsumen (Consumer Learning Behavior) Dalam Mengadopsi E-Commerce Tani Hub (Deskripsi Perilaku Belajar Konsumen pada Lingkup Pertemanan Para Adopter Tani Hub)
Paper/Class ID : 1310856630 / 24036487
Hal/Kata : 149 him. / 39436 kata
Tanggal : 29 April 2020
Petugas Uji : Saud

Hasil menunjukkan SIMILARITY INDEX sebesar 5% **(LULUS UJI)**

Surat keterangan ini kami lampirkan hasil tes sebagai bukti telah dilakukan tes kesamaan (similarity) menggunakan Program Turnitin.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 29 April 2020

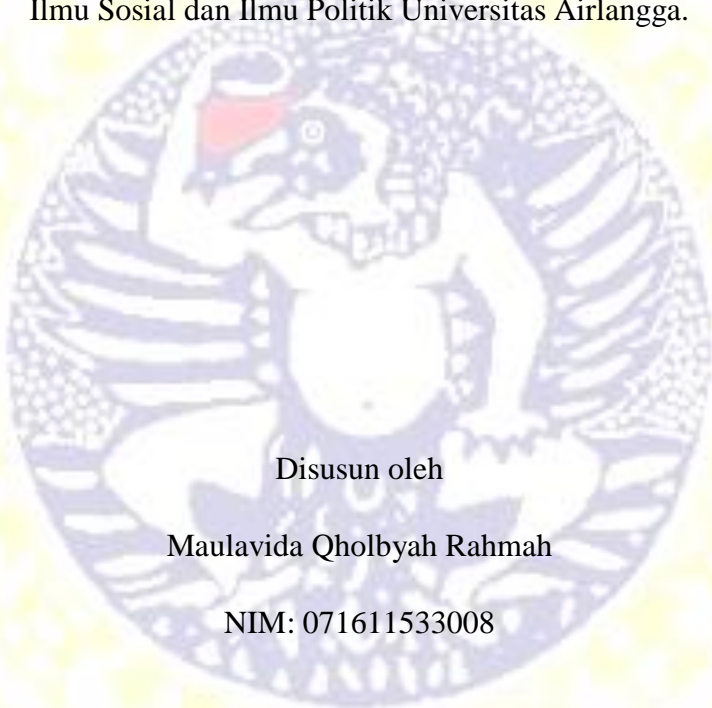
Ketua P3I FISIP UNAIR

Imam Yuadi, S.Sos., M.MT., Ph.D
NIR. 197505042003121001

**PERILAKU PEMBELAJARAN KONSUMEN (*CONSUMER BEHAVIOR
LEARNING*) PADA PROSES DIFUSI INOVASI
E-COMMERCE TANI HUB**

SKRIPSI

Maksud: sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.



Disusun oleh

Maulavida Qholbyah Rahmah

NIM: 071611533008

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
DEPARTEMEN KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA

Semester Genap 2019/2020

ABSTRAK

Produksi bahan pangan segar tidak pernah sepi konsumen. Bagaimana tidak, kebutuhan pangan menduduki posisi paling utama dan krusial bagi kelangsungan hidup konsumen. Seiring perkembangan *e-commerce* di Indonesia, penjualan produk bahan pangan segar telah berpindah dari toko konvensional menjadi virtual melalui inovasi teknologi. Adopsi *e-commerce* ini ditandai dengan perubahan perilaku pembelian buah dan sayuran segar yang semula mengandalkan indrawi, kini dipangkas oleh medium layar berukuran minimal 7 inchi. Interaksi antara penjual dan pembeli, atau pembeli dengan pembeli turut dimediasi. Walaupun demikian, proses komunikasi tetap terjadi agar resiko ketidakpastian dapat direduksi. Konsumen membutuhkan pengetahuan dan juga pengalaman untuk mengurangi ketidakpastian tersebut, dimana pengetahuan dan pengalaman ini diperoleh melalui sebuah proses yang disebut pembelajaran konsumen.

Penelitian ini memaparkan bentuk-bentuk perilaku belajar konsumen dimulai dari awal mengenal hingga mengadopsi *e-commerce* tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif, dan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam kepada informan yang merupakan adopter E-Commerce Tani Hub cabang Surabaya. Hasil penelitian ini adalah berupa bentuk-bentuk perilaku belajar yang ditunjukkan oleh konsumen Tani Hub melalui proses pertukaran informasi (*information exchange*) dengan sumber-sumber informasi yang mereka anggap kredibel yaitu lingkaran pertemanan dan juga informasi primer yang diproduksi oleh perusahaan Tani Hub itu sendiri.

Kata kunci: perilaku pembelajaran konsumen, adopsi inovasi, bahan pangan segar lokal, pertukaran informasi.

ABSTRACT

Fresh food production has never been devoid of consumers. How not, food needs occupy the most important and crucial position for consumers. As e-commerce is developing in Indonesia, sales of fresh food products have moved from conventional stores to virtual stores through technological innovation. The adoption of e-commerce is marked by a change in buying behavior of fresh fruits and vegetables that originally relied on the senses, now it mediated by a screen medium measuring at least 7 inches. Interaction between seller and buyer, or buyer with buyer also mediated. However, the communication process still occurs so that the risk of uncertainty can be reduced. Consumers need knowledge and experience to reduce this uncertainty, where knowledge and experience is obtained through a process called consumer learning.

This study describes the forms of consumer learning behavior starting from the beginning to get acquainted with adopting e-commerce. The research method used is qualitative with descriptive research type, and the method of data collection in the form of in-depth interviews with informants who are adopters of the Surabaya branch of the E-Commerce Tani Hub. The results of this study are in the form of learning behaviors that are shown by Tani Hub consumers through the process of information exchange with information sources that they consider credible, namely the circle of friendship and also primary information produced by the Tani Hub company itself.

Keywords: consumer learning behavior, adoption of innovation, e-commerce, local fresh food, information exchange.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terimakasih dipanjatkan kepada Allah SWT karena berkat anugerahNya, Skripsi dengan Judul Perilaku Pembelajaran Konsumen Dalam Mengadopsi E-Commerce Tani Hub ini bisa dirampungkan. Berbagai pihak telah banyak berkontribusi sehingga Skripsi ini dapat hadir di hadapan pembaca. Penulis menyadari bahwa proses yang dilalui dalam penyusunan Skripsi ini tidak akan berjalan tanpa adanya dukungan dan doa mereka. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Suko Widodo Drs., M.Si. selaku guru, pembimbing, dan penyemangat yang sedari awal mendorong, mengarahkan, dan memberi masukan, dalam penyusunan Skripsi ini.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ibu Dina Septiani, B.Comm., M.Comm.,Ph.D yang loyal memberikan bahan dan referensi pada Skripsi ini. Serta Ibu Rani Sukma Ayu Suteja S.I.Kom., M.Sc. yang telah banyak memberi saran perbaikan. Tak lupa rasa terima kasih ini penulis tujukan untuk kedua orang tua penulis, sahabat-sahabat di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Airlangga angkatan 2016, beserta seluruh informan yang bersedia mendukung penyusunan Skripsi ini.

Dengan menyadari pula bahwa pembelajaran adalah suatu proses, maka penulis sangat mengharapkan masukan dari para pembaca, agar dapat penulis gunakan sebagai bahan perbaikan kedepannya. Semoga Skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca dan selamat membaca.

Surabaya, 5 Maret 2020


Maulavida Qholbyah Rahmah

LEMBAR PERSETUJUAN

PERILAKU PEMBELAJARAN KONSUMEN (*CONSUMER
LEARNING BEHAVIOR*) DALAM MENGGADOPSI E-COMMERCE TANI HUB

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan.

Dosen Pembimbing Skripsi,



Dr. Suko Widodo Drs., M.Si.
NIP. 196402041992031003

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diuji dan disahkan dihadapan Komisi Penguji

Program Studi Ilmu Komunikasi
Departemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga

Pada hari: Selasa

Tanggal: 17 Maret 2020

Pukul: 16.00 WIB

Komisi Penguji terdiri dari:

Ketua Penguji,



Dina Septiani, B.Comm., M.Comm., Ph.D
NIP: 195906251985111001

Anggota

Anggota



Rani Sukma Ayu Suteja S.I.Kom., M.Sc.
NIP. 199101192019032019



Dr. Suko Widodo Drs., M.Si.
NIP. 196402041992031003

DAFTAR ISI

LEMBAR ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.1.1. Pergeseran Perilaku Konsumen dalam Proses Pembelajarannya yang Semula Konvensional menjadi Digital.....	1
1.1.2. Data Peningkatan Penggunaan <i>E-Commerce</i> di Masyarakat.....	2
1.1.3. Kemudahan dan Konsekuensi yang Ditawarkan <i>E-Commerce</i>.....	3
1.1.4. Konsumen Indonesia Cenderung Mencari Informasi Sebelum Membeli 5	
1.1.5. Jenis dan Karakteristik E-Commerce.....	7
1.1.6. E-Commerce Memasuki Sektor Pertanian.....	8
1.1.7. Tani Hub Sebagai Terobosan dalam Industri Kreatif Telekomunikasi, Perangkat Lunak, dan Konten Multimedia, di Sektor Pertanian	9
1.1.8. Keberadaan Tani Hub Diantara Model Konvensional dan <i>E-Commerce</i> Lainnya.....	11
1.1.9. Kelompok-Kelompok Peduli Konsep <i>Healthy Eating Lifestyle</i>	13
1.2. Rumusan Masalah.....	14
1.3. Tujuan.....	14
1.4. Manfaat	14
1.4.1. Manfaat Akademis	14
1.4.2. Manfaat Praktis.....	14
1.5. Tinjauan Pustaka	15
1.5.1. Difusi Inovasi	15
1.5.2. Perilaku Pembelajaran Konsumen	19
1.5.3. Teori Pertukaran Informasi (<i>Message Exchange</i>) dan Reduksi Infomasi (<i>Uncertainty Reduction Theory</i>)	23

1.6. Metodologi dan Prosedur Penelitian	26
1.6.1. Pendekatan dan Fokus Penelitian	26
1.6.2. Tipe Penelitian	26
1.6.3. Metode Penelitian	27
1.6.4. Lokasi Penelitian	27
1.6.5. Teknik Pengambilan Sampel	27
1.6.6. Instrumen	28
1.6.7. Teknik Pengumpulan Data	30
1.6.8. Teknik Analisis Data	31
BAB II	32
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	32
2.1. Pembelajaran Konsumen Sebagai Pengisi Tahapan Adopsi Inovasi	32
2.2. Pertukaran Informasi Sebagai Bentuk Perilaku Belajar Konsumen E-Commerce Tani Hub	33
2.3. Gambaran Umum E-Commerce Tani Hub	34
BAB III	36
ANALISIS DATA DAN INTERPRETASI DATA	36
3.1. Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian	36
3.1.1. Profil Singkat Informan	37
3.2. Perilaku Belajar Berdasarkan Kognitif	42
3.2.1. Memperoleh info	44
3.2.2. Menyimpan info	50
3.2.3. Memanggil kembali informasi	59
3.3. Perilaku Belajar Berdasarkan Pengalaman konsumen	64
3.3.1. Pengondisian Klasikal Berupa Pengulangan Informasi	65
3.3.2. Pengondisian Instrumental: Perilaku Uji Coba untuk Mereduksi Ketidakpastian	68
3.3.3. Pengondisian Observasional: Melihat Orang Lain sebagai Referensi 78	
3.4. Proses pertukaran informasi	80
3.4.1. Sumber Informasi	81
3.4.2. Informasi yang Diterima Konsumen	84
4.3.3. Komunikasi dalam Kelompok Pertemanan Mempengaruhi Keputusan Konsumen	87
BAB IV	91
PENUTUP	91

4.1. Kesimpulan	91
4.2. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN LEMBAR ABSEN PEMBIMBINGAN	97
LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA	98



DAFTAR GAMBAR

Tabel 1.1	3
Tabel 1.2	5
Tabel 1.3	6
Tabel 1.4	22
Tabel 3.1	36
Tabel 3.2	41
Tabel 3.3	44
Tabel 3.4	45
Tabel 3.5	47
Tabel 3.6	52
Tabel 3.7	54
Tabel 3.8	69
Gambar 1.1	64
Gambar1.2	Error! Bookmark not defined.