

**PEMBINAAN PENGETAHUAN NILAI NILAI KARAKTER
KEPADAMASYARAKATDALAM PEMBELIAN ONLINE SHOP UNTUK
PENCEGAHAN KONSUMTIF DI DESA BANDAR SONO
KECAMATAN NIBUNG HANGUSKABUPATEN BATUBARA**

Tukimin Lubis, Nelvitia Purba, Dani Habra

Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah

Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah

Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah

ABSTRAK

Dengan perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi yang semakin canggih saat ini online shop semakin menjamur, mulai dari website sampai menggunakan media sosial. Beberapa konsumen mengatakan alasan yang menyebabkan online shop semakin diminati masyarakat yaitu, Harga lebih murah dibanding harga di toko, Gratis ongkos kirim, karena berbelanja online shop dapat di lakukan hingga kota bahkan negara yang berbeda sehingga di kenakan ongkos kirim hingga barang sampai di tangan konsumen, Suasana tenang saat berbelanja, konsumen diberikan ketenangan ketika memilih *online shop* dan barang yang akan di beli tanpa khawatir toko akan tutup, Menghemat biaya transportasi karena tidak perlu ke toko, Menghemat tenaga dan waktu karena tidak perlu berdesakan di toko, Nyaman walaupun berbelanja pada malam hari. Namun akibat yang ditimbulkan dari Online Shop membuat konsumtif terutama bagi anak-anak dan remaja khususnya Remaja Putri yang dapat menimbulkan karakter yang tidak baik memaksakan diri untuk membeli barang-barang tersebut padahal sebenarnya orangtuanya tidak mampu. tidak memiliki uang untuk membeli barang-barang yang diinginkan dari Online Shop ini. Metode Pelaksanaan antara lain : Kegiatan pengabdian Kepada masyarakat ini dilakukan dengan Metode Yang digunakan Diskusi Dan Tanya Jawab dan menampilkan Film sehingga Masyarakat Antusias Untuk Mengikuti Kegiatan Ini. Hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini untuk menghasilkan Pembinaan Karakter dan tidak memiliki Pola Hidup Komsuntif Fenomena keadaan hal tersebut perlu disikapi oleh masyarakat yang ada di Desa Bandar Sono Kabupaten Batu Bara ini ,terutama remaja putri dan ibu-ibu rumah tangga usia muda, jangan sampai tergiur dan menjadi kebiasaan dan hobby untuk berbelanja, mengingat keadaan daerah ini pada umumnya bermata pencaharian Nelayan, yang tidak mungkin akan memaksakan diri untuk bisa berbelanja, padahal tidak sesuai yang dibutuhkan.

Kata Kunci: Konsumtif, Online Shop, Nilai-nilai Karakter, Media Sosial

ABSTRACT

With the development of increasingly sophisticated Science and Technology, online shops are increasingly mushrooming, from websites to social media. Some consumers say the reasons that cause online shops are increasingly in demand by the public are, Prices are cheaper than prices in stores, Free shipping, because online shop shopping can be done up to cities and even different countries so that the shipping costs up to the goods reach the hands of consumers, Calm atmosphere when shopping, consumers are given peace when choosing an online shop and goods to buy without worrying that the shop will close, Save on transportation costs because there is no need to go to the store, Save energy and time because there is no need to jostle in the store, Comfortable even though shopping at night However, the consequences arising from the Online Shop make consumptive, especially for children and adolescents, especially young women who can cause bad characters to force themselves to buy these items when in fact their parents can not afford. Do not have the money to buy goods that desirable from this Online Shop. Implementation Methods include: Community service activities are carried out with the Method used for Discussion and Question and Answer and show the Film so that the Community is Enthusiastic to Participate in This Activity. The Results of Community Service Activities to produce Character Development and do not have a Communicative Lifestyle This phenomenon needs to be addressed by the community in Bandar Sono Village, Batu Bara Regency, especially young women and young housewives, not to be tempted and become a habit and hobby for shopping, considering the

condition of this area in general earning a livelihood of Fishermen, who may not force yourself to be able to shop, even though it is not as needed.

Keywords: Consumptive, Online Shop, Character Values, Social Media

1. PENDAHULUAN

Saat ini online shop semakin menjamur, mulai dari website sampai menggunakan media sosial. Beberapa konsumen mengatakan alasan yang menyebabkan online shop semakin diminati masyarakat yaitu, Harga lebih murah dibanding harga di toko, Gratis ongkos kirim, karena berbelanja online shop dapat dilakukan hingga kota bahkan negara yang berbeda sehingga di kenakan ongkos kirim hingga barang sampai di tangan konsumen, Suasana tenang saat berbelanja, konsumen diberikan ketenangan ketika memilih *online shop* dan barang yang akan di beli tanpa khawatir toko akan tutup, Menghemat biaya transportasi karena tidak perlu ke toko, Menghemat tenaga dan waktu karena tidak perlu berdesakan di toko, Nyaman walaupun berbelanja pada malam hari.

Kotler dan Keller [1], Produk adalah salah satu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan konsumen.

Kotler dan Amstrong [2], kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, realibilitas, ketetapan, kemudahan pengoprasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya menurut.

Kotler dan Keller [3], Sebelum melakukan pembelian, konsumen dihadapkan dengan proses pengambilan keputusan. Ada 5 keputusan yang di dasarkan proses pengambilan keputusan membeli yaitu, Mengenali masalah atau kebutuhan konsumen itu sendiri, Mencari informasi mengenai produk yang di butuhkan, evaluasi alternatif dengan membentuk penilaian mengenai produk secara rasional dan membentuk pilihan merek, Keputusan pembelian, Perilaku pasca membeli untuk mengukur keputusan pembeli.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, apabila kreatifitas iklan yang disampaikan perusahaan kurang baik tentang online shop yang tidak adanya keputusan pembelian yang seharusnya mempengaruhi, dan apabila kualitas produk yang diberikan masih ada yang tidak baik yang diberikan akan mempengaruhi penjualan yang seharusnya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang akan cenderung melakukan pembelian ulang terhadap pembelian produk tersebut, Jadi kreatifitas iklan dan kualitas produk berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian.

Kurang baiknya kreatifitas iklan yang disampaikan perusahaan tentang online shop mempengaruhi keputusan pembelian. Selain ituterdapat kualitas produk yang tidak baik diberikan online shop yang seharusnya kualitas produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap keputusan pembelian. Hal yang menjadi permasalahan dalam masyarakat yang ada di Desa Bandar Sono Kabupaten Batu Bara ini ada pengaruh dan seberapa besar Kreatifitas Iklan dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian Online Shop.

2. METODE PELAKSANAAN

Salah satu Kegiatan Tri Darma Perguruan Tinggi melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat mengadakan kegiatan Pembinaan Pengetahuan kepada masyarakat untuk tidak berperilaku Komsumtif di dalam kegiatan online shop ini.

Didalam melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini metode yang digunakan adalah melalui kegiatan ceramah, diskusi dan tanya jawab tentang permasalahan yang berkaitan dengan Untuk Memotivasi Masyarakat Di Desa Bandar Sono Kecamatan Tanjung Tiram di Kabupaten Batu Bara.

Pada hari yang telah ditentukan Tim Pengabdian Masyarakat dari LP2M UMN AW melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam Bentuk Sosialisasi di Desa Bandar Sono Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batu Bara dan dilanjutkan dengan MOU antara Desa ini dengan UMN Al Washliyah Medan

Adapun metode yang ditawarkan Untuk Menyelesaikan Persoala ini antara lain :

1. Mengidentifikasi Kebutuhan Untuk Melaksanakan Kegiatan Sosialisasi Dalam Bentuk Pembinaan Pengetahuan Sebelum Kegiatan dilaksanakan akan dilakukan identifikasi terhadap kebutuhan dan potensi-potensi untuk menyelenggarakan Sosialisasi Pembinaan Pengetahuan ini di Desa Bandar Sono Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batu Bara Materi – materi Sosialisasi yaitu : meliputi tenaga ahli (Pelatih dan Narasumber).
2. Menyusun Desain Sosialisasi
Desain Sosialisasi ini Di Desa Bandar Sono Kecamatan Tanjung Tiram di Kabupaten Batu Bara ini terletak di Pinggiran Pantai.
3. Menyusun Bahan /Materi Sosialisasi
Bahan yang perlu dipersiapkan dengan cara antara lain :
 1. Menetapkan nama-nama Narasumber yang dilibatkan dalam kegiatan Sosialisasi ini.
 2. Melakukan diskusi dengan seluruh Narasumber untuk mengorientasi mereka tentang Kegiatan Sosialisasi yang akan dilaksanakan dan peran mereka dalam kegiatan Sosialisasi tersebut.
 3. Meminta kepada setiap Narasumber untuk bertanggung jawab terhadap terhadap materi yang ditugaskan kepadanya.
 4. mengadakan persiapan untuk kegiatan Sosialisasi ini

3. PEMBAHASAN

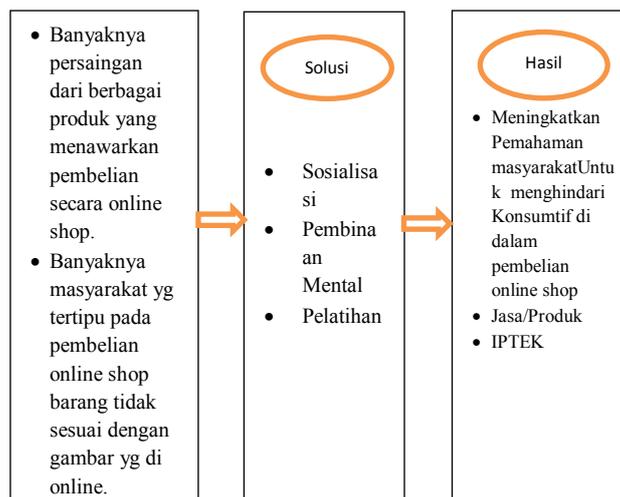
Dengan perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi yang semakin canggih dan di era Industri 4.0 keadaan saat ini online shop semakin menjamur, mulai dari website sampai menggunakan media sosial. Beberapa konsumen mengatakan alasan yang menyebabkan online shop semakin diminati masyarakat yaitu, Harga lebih murah dibanding harga di toko, Gratis ongkos kirim, karena berbelanja online shop dapat di lakukan hingga kota bahkan negara yang berbeda sehingga di kenakan ongkos kirim hingga barang sampai di tangan konsumen, Suasana tenang saat berbelanja, konsumen diberikan ketenangan ketika memilih *online shop* dan barang yang akan di beli tanpa khawatir toko akan tutup, Menghemat biaya transportasi karena tidak perlu ke toko, Menghemat tenaga dan waktu karena tidak perlu berdesakan di toko, Nyaman walaupun berbelanja pada malam hari. Namun akibat yang ditimbulkan dari Online Shop membuat

konsumsi terutama bagi anak-anak dan remaja khususnya Remaja Putri yang dapat menimbulkan karakter yang tidak baik memaksakan diri untuk membeli barang-barang tersebut padahal sebenarnya orangtuanya tidak mampu. Tidak memiliki uang untuk membeli barang-barang yang diinginkan dari Online Shop ini.

Fenomena keadaan hal tersebut perlu disikapi oleh masyarakat yang ada di Desa Bandar Sono Kabupaten Batu Bara ini, terutama remaja putri dan ibu-ibu rumah tangga usia muda, jangan sampai tergiur dan menjadi kebiasaan dan hobby untuk berbelanja, mengingat keadaan daerah ini pada umumnya bermata pencaharian Nelayan, yang tidak mungkin akan memaksakan diri untuk bisa berbelanja, padahal tidak sesuai yang dibutuhkan.

Untuk melaksanakan kegiatan ini perlunya kerjasama dengan pihak dari Desa Bandar Sono Kabupaten Batu Bara sangat pentingnya partisipasi Mitra dalam kegiatan ini adalah berkordinasi dengan Pengabdi dari UMN AI – Washliyah Medan untuk mempersiapkan segala sesuatunya antara lain :

- a. Peserta yang akan mengikuti Kegiatan Sosialisasi ini.
- b. Menyiapkan segala Akomodasi Peserta dan Pengabdi Dengan biaya dari pihak pengabdi dari UMN AI Washliyah Medan.
- c. Menyiapkan Administrasi Persuratan yang diperlukan oleh Pihak Pengabdi
- d. Output dan outcome yang dihasilkan dari yang diterapkan dalam kegiatan sosialisasi ini hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilihat dalam skema :



4. KESIMPULAN

1. Dengan memilih *online shop* Menghemat biaya transportasi karena tidak perlu ke toko, menghemat tenaga dan waktu karena tidak perlu berdesakan di toko, Nyaman walaupun berbelanja pada malam hari. Namun resiko dalam pembelian online memberikan dampak yang negatif, pola hidup konsumtif, oleh karena solusi yang ditawarkan untuk ini melalui Pembinaan Pengetahuan Nilai Karakter untuk tidak berperilaku konsumtif mengingat mudahnya untuk berbelanja secara online.

2. Dengan Pembinaan Nilai-nilai Karakter di Desa Bandar Sono Kabupaten Batu Bara akan memberikan pemahaman kepada masyarakat tersebut bahwa On line Shop harus selektif digunakan mengingat pada umumnya mata pencaharian dari masyarakat tersebut adalah Nelayan. Untuk itu akan Meningkatkan Pemahaman masyarakat Untuk menghindari Konsumtif di dalam pembelian online shop

REFERENSI

- Kotler dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta. Erlangga
- Kotler dan Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid Idan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta. Erlangga
- Terence A. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan promosi. Edisi 8. Jakarta: Salemba