

Perdagangan Online Pada Situs Tokobagus Dalam Perspektif Teknoekonomi

Wahyu Aji Cahya Romadhon¹

Abstract

The development of science and information technology currently has been form a new culture based on the internet. The use of the internet has managed to touch on areas of the economy is mainly a matter of buying and selling. Trading can be done in a way that is so fast, easy and without limited time and space. Trade in the form of internet online sites, one of which is the site Tokobagus which is the site of the largest buy-in Indonesia, with total member reached 2.5 million in 2012. This article aims to explain the patterns of trade and social interaction so that it can build trust in Tokobagus site users do the transaction. The phenomenon that is on the site Tokobagus are described through the perspective of the teknoekonomi attempt. Qualitative research methods are used to generate a description of the activities of buying and selling on the site Tokobagus. Respondents used in the study of 20 people who are all the users of the site Tokobagus. Results of the study are, he knows the sale process so easy and practical with a model trade half and full online. He knew the social interactions on the site's users in the form of associative (trade relations, friendship, business relationship) and Dissociative (dispute, conflict). Next on the phenomenon of buying and selling through the site Tokobagus, where the use of internet technologies has led to socio-cultural side. Socio-cultural side covers all forms of relationships between users of the site Tokobagus, as well as the consequences resulting from the relationships obtained. The process of buying and selling on the community now appears to be starting to shift toward online commerce.

Keyword : technology, internet, trading, online, site Tokobagus

Perdagangan dengan menggunakan model konvensional dimana antar penjual dan pembeli harus berinteraksi langsung dengan tatap muka untuk melakukan transaksi perdagangan, banyak dilakukan sebelum ditemukannya teknologi *internet*. Model perdagangan semacam ini dihambat oleh terbatasnya ruang dan waktu dalam pelaksanaannya, sehingga transaksi perdagangan menjadi lebih rumit. Perdagangan yang lebih maju saat ini memanfaatkan *internet* sebagai media dimana

¹ Korespondensi : Wahyu Aji Cahya Romadhon, Mahasiswa Dept. Antropologi FISIP-UNAIR, e-mail : wacramadhan@gmail.com

penjual dan pembeli saling bertemu dan berinteraksi. *Internet* dengan berbagai situs serta sistem didalamnya merupakan *instrument* yang disiapkan untuk suatu bentuk perdagangan yang menjangkau konsumen di level nasional dan internasional secara lebih efektif, misalnya seseorang dapat memilih dan membeli barang dan jasa melalui *internet*. Pembayaran menggunakan *account* yang dimiliki dan melakukan transaksi secara *online* dengan kartu kredit atau debit.

Dari sudut pandang Antropologi, perdagangan di *internet* masih dipandang sebagai sebuah pola perilaku yang baru muncul sebagai akibat perubahan sosial budaya yang berpangkal pada perkembangan teknologi. Perubahan itu membawa suatu bentuk baru dalam perdagangan yang dilakukan secara *online*. Fenomena sosial budaya dalam perdagangan pada dunia maya yang dikemas dalam berbagai situs, jejaring sosial, dan forum *online* berupa pola interaksi, peran-peran, serta aturan-aturan menarik untuk diteliti, karena fenomena ini merupakan suatu hal yang baru muncul di tengah-tengah masyarakat dan mengundang rasa ingin tahu yang besar untuk memperoleh informasi-informasi dan hal-hal yang menarik dalam dunia maya terkait dengan proses jual-beli *online*. Dalam perdagangan di dunia maya seorang pembeli dan penjual tidak saling kenal dan mengetahui, namun proses perdagangan dapat berlangsung dengan begitu cepat dan praktis, hal ini yang kemudian juga menjadi fokus yang dipelajari oleh peneliti, yaitu bagaimana masyarakat *cyber* dapat berinteraksi dan melakukan transaksi jual-beli khususnya pada situs Tokobagus.

Gambaran Umum Situs Tokobagus

Tokobagus adalah sebuah situs iklan baris yang memungkinkan orang melakukan kegiatan jual beli secara *online*. Berkembangnya teknologi informasi berupa *internet* membuat kegiatan jual-beli tidak harus dilakukan dengan cara bertatap muka, semuanya bisa dilakukan dengan *online*. Hal ini sejalan dengan semakin banyaknya pengguna *internet* di Indonesia yang sudah masuk hingga pelosok daerah dan mengakibatkan berkembangnya pula jual-beli *online* atau *e-commerce*.

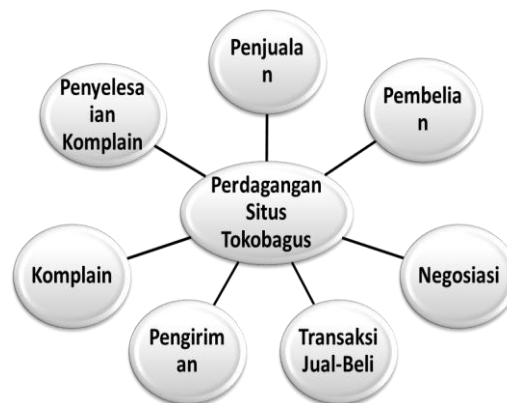
Tokobagus dimiliki oleh PT Tokobagus yang pada awal berdirinya berlokasi di Denpasar, Bali oleh dua orang pemuda asal Belanda, Arnold Sebastian Egg dan Remco Lupker pada tanggal 9 Juni 2005. Arnold yang kala itu sedang menikmati liburan di pulau Bali memperoleh ide setelah melihat perkembangan situs berbasis *e-commerce* di

Amerika, seperti halnya amazon.com. Melihat dari geografis Indonesia yang terdiri dari berbagai kepulauan dengan jumlah penduduk yang sangat besar, maka teretuslah ide untuk membuat situs Tokobagus.

Tokobagus melakukan tindakan persuasi dengan memposisikan dirinya sebagai situs jual beli *online* gratis, maupun membayar di Indonesia. Gratis dalam artian dimana setiap orang bebas mendaftar dan memasang produk mereka baik itu barang maupun jasa secara gratis dan untuk yang membayar akan memiliki beberapa fasilitas khusus yang ditawarkan oleh pihak Tokobagus secara *online*. Tokobagus menawarkan lebih dari 40 kategori, yang paling populer adalah kategori jam dan perhiasan, *handphone* & aksesoris, perlengkapan bayi, produk elektronik, motor dan aksesoris.

Perdagangan Pada Situs Tokobagus

Masalah utama yang menonjol dalam situs Tokobagus adalah perihal jual-beli. Situs Tokobagus layaknya seperti pasar pada umumnya, dimana terdapat lapak-lapak penjual yang menjajakan barang dagangannya dan lapak-lapak pembeli yang mencari barang atau jasa yang dibutuhkannya. Yang membedakan tokobagus dengan model pasar pada umumnya adalah bentuk dari tempat atau ruang yang digunakan untuk melakukan proses jual-beli, ruang di Tokobagus bersifat maya atau semu (tidak nyata), pertemuan antara penjual dan pembeli di mediasi oleh keberadaan perangkat komunikasi dan informasi modern, perangkat ini berupa *handphone*, *tablet*, *personal computer* (PC), dan modem yang terhubung dengan jaringan *nirkabel*. Terciptanya perdagangan antara pengguna situs Tokobagus tidak terlepas dari bagian atau elemen yang saling mendukung. Berikut merupakan elemen perdagangan pada situs Tokobagus.



Gambar 1. Elemen Perdagangan situs Tokobagus (*sumber: data primer*)

Elemen-elemen pada gambar 1. merupakan hal yang ada untuk terciptanya perdagangan, yang terdiri dari tujuh bagian yang meliputi penjualan, pembelian, negosiasi, transaksi, pengiriman, komplain dan penyelesaiannya. Ketujuh elemen perdagangan pada situs Tokobagus di atas akan dijelaskan sebagai berikut;

Pembelian

Pembelian barang dan jasa diawali dengan proses pencarian melalui *search engine* pada *personal computer* mengenai situs tokobagus oleh pengguna jasa internet, setelah bertemu dengan situs ini pengguna dapat masuk begitu saja tanpa melakukan registrasi atau *login member*. Untuk mencari barang dan jasa pada situs tokobagus tidak dikenakan biaya apapun. Memasuki situs tokobagus, pengguna yang ingin mencari barang dan jasa dihadapkan dengan tampilan tokobagus yang menyediakan *toolbar* untuk memudahkan proses pencarian barang dan jasa. Pengguna memilih kategori iklan dari barang dan jasa yang akan dicari. Tokobagus menyediakan 40 jenis kategori barang dan jasa, jika pengguna mencari alat komunikasi maka hal yang dipilih adalah kategori *handphone*. Jika menginginkan hal yang lebih spesifik atau khusus, pengguna dapat menuliskan *keywords* (kata kunci) mengenai barang dan jasa apa yang sedang dicari. Sebagai contoh pengguna situs tokobagus ingin mencari handphone Nokia 3310, maka *keywords* yang dituliskan adalah "nokia 3310". Untuk mencari lapak atau iklan dari member yang telah terverifikasi dan terpercaya (*verified member*), pengguna dapat mencentang pilihan *verified member* pada *toolbar* Tokobagus.

Setelah menuliskan *keyword* pengguna memilih di daerah mana mereka melakukan pencarian barang, Tokobagus menyediakan pilihan berupa 33 provinsi di Indonesia sebagai daerah pencarian lapak iklan mulai provinsi Aceh hingga provinsi Papua. Pengguna yang ada di kota Surabaya bisa memilih provinsi Jawa Timur, karena kota ini berada pada wilayah tersebut. Pemilihan daerah dilakukan untuk memudahkan pengguna dalam mencari barang dan jasa pada lingkup daerah yang tidak terlalu jauh dari tempat asal pencarian, sehingga memudahkan untuk menjangkau letak penjual barang dan jasa. Jika barang dan jasa yang dicari tidak ditemukan, pengguna bisa memilih semua daerah yang tersedia untuk menemukan barang dan jasa yang dicari.

Penjualan

Penjualan barang dan jasa hanya bisa dilakukan oleh *member* komunitas *online* situs Tokobagus. Penjual yang menggelar lapak iklan wajib untuk menjadi anggota atau

member dari situs Tokobagus, syarat ini dilakukan untuk menghindari penipuan yang dilakukan oleh pihak penjual. Syarat utama untuk mendaftar menjadi *member* situs Tokobagus adalah harus memiliki akun *email*. Setelah pendaftaran berhasil, *member* dapat memasang iklan di situs Tokobagus dengan cara meng-klik pasang iklan gratis. Setelah pemasangan iklan disimpan, proses selanjutnya adalah moderasi. Iklan yang telah dibuat tidak akan langsung tampil pada situs Tokobagus, namun akan melalui proses pengecekan dan penyaringan (moderasi) terlebih dahulu. Tim *support* Tokobagus memilih iklan yang sesuai dengan peraturan umum di tokobagus untuk dapat ditampilkan secepatnya.

Negosiasi

Melakukan jual-beli, tentunya berhadapan dengan proses yang biasa disebut dengan negosiasi, hal ini berlaku pula pada situs *online* Tokobagus. Negosiasi dilakukan antara penjual dan pembeli untuk memperoleh kesepakatan dalam melakukan transaksi perdagangan.

Dalam negosiasi jual beli pada situs Tokobagus, pihak penjual dan pembeli mempunyai hak dan kewajiban tertentu. Pihak pembeli mempunyai hak menerima barang yang dibelinya dan berkewajiban untuk membayar sesuai dengan kesepakatan. Sebaliknya penjual berhak menerima pembayaran dan berkewajiban menyerahkan barang yang dijual secara tepat jumlah dan waktu. Jadi dalam kisaran itulah substansi perundingan yang harus dilakukan oleh kedua belah pihak. Dalam kegiatan jual beli pada situs Tokobagus, pelaksanaan negosiasi ditujukan untuk memperoleh kesepakatan atas kehendak pembeli dan penjual, yaitu merundingkan masalah-masalah yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban pihak penjual dan pembeli, baik yang bersifat satu kali transaksi maupun untuk transaksi yang berulang-ulang (terus-menerus).

Pembicaraan negosiasi jual-beli antara pihak penjual dan pihak pembeli pada situs tokobagus berkisar pada; Jenis barang dan jasa yang akan dibeli atau dijual, kualitas dari jenis barang yang akan dibeli atau dijual, jumlah barang yang akan dibeli atau dijual, ketetapan harga barang yang akan dibeli atau dijual, saat atau waktu penyerahan barang (jam, tanggal, bulan, tahun penyerahan), kemana barang dikirim dan syarat pengiriman, cara pembayaran (tunai, kredit).

Transaksi Jual-Beli

Setelah melakukan negosiasi antara penjual dan pembeli. Didapatkan kesepakatan jual-beli antara keduanya. Kesepakatan ini akhirnya merujuk dalam bentuk pertukaran. Jenis pertukaran yang terjadi antara pengguna situs Tokobagus berupa pertukaran uang dengan barang, pertukaran uang dengan jasa, pertukaran barang dengan barang, pertukaran barang dengan jasa, dan pertukaran jasa dengan jasa.

Transaksi merupakan puncak dari kegiatan jual-beli pada situs Tokobagus. Penjual dan pembeli sama-sama telah memperoleh apa yang diinginkan. Terdapat beberapa cara untuk melakukan transaksi dalam jual-beli pada situs Tokobagus, cara tersebut berdasarkan cara pembayaran adalah : 1.) *Cash* keras, 2.) *Transfer* ke rekening bank, 3.) Menggunakan kartu kredit, 4.) Barter. Cara-cara tersebut digunakan oleh informan untuk menunjukkan kesetujuan atas kesepakatan yang telah dicapai selama proses negosiasi.

Pengiriman

Membicarakan perihal jual-beli di situs Tokobagus, tentunya tidak akan terlepas dengan masalah pengiriman dan penerimaan barang dan jasa. Perdagangan *full online* membutuhkan jasa pengiriman sebagai penghubung atau pengirim barang antara penjual dan pembeli. Jasa pengiriman yang dipercaya oleh informan selaku pengguna situs Tokobagus antara lain Jasa kurir, Tiki, dan JNE, Elteha, Pos Indonesia.

Pengiriman barang melalui perusahaan pengiriman dilakukan apabila jarak antara penjual dan pembeli berjauhan. Berbagai barang yang dijual pada situs Tokobagus dapat dikirimkan melalui berbagai perusahaan jasa pengiriman. Perusahaan jasa pengiriman menyediakan berbagai pilihan paket pengiriman yang dapat menentukan waktu sampai, keamanan, dan harga pengiriman suatu barang.

Proses pengiriman biasanya dipercayakan kepada kurir dan perusahaan jasa pengiriman seperti JNE, Tiki, Indah Jaya, Elteha, Dakota, DHL. Uniknya, informan dalam penelitian ini tidak ada yang menggunakan jasa pengiriman PT Pos Indonesia. Tingkat kepercayaan akan perusahaan nasional masih sangat rendah akibat kurangnya pelayanan.

Biaya untuk pengiriman barang atau jasa bisa ditanggung oleh penjual maupun pembeli dan bisa pula ditanggung bersama. Demi keamanan pengiriman, untuk barang elektronik biasanya menggunakan jasa asuransi untuk menjamin keamanan barang sampai ke tujuan pengiriman.

Pengiriman barang melalui kurir dilakukan jika jarak pengiriman cukup dekat (satu kota dengan pengirim). Kurir yang dipilih merupakan orang yang dapat dipercaya dan sebelumnya telah dikenal oleh pengirim. Barang-barang yang dikirim melalui jasa kurir akan sampai ke tempat tujuan dalam waktu yang singkat dan biaya yang rendah. Pengiriman barang menggunakan jasa ekspedisi dan kurir tidak berlaku untuk pengiriman barang yang berupa *software*. Untuk penjualan *software* dan game, penjual mengirimkan *via email* atau sarana elektronik lainnya.

Komplain

Perdagangan yang terjadi antara pengguna situs Tokobagus tidak sepenuhnya berjalan dengan lancar. Terkadang terjadi kesalahpahaman antara penjual dan pembeli, sehingga menimbulkan bentuk protes atau komplain oleh pihak yang merasa dirugikan. Komplain terjadi ketika terdapat ketidakcocokan antara hasil kesepakatan negosiasi dan kenyataan yang diterima oleh penjual dan pembeli pada situs Tokobagus. Komplain dilakukan untuk memperoleh hak yang seharusnya diperoleh melalui kesepakatan dari negosiasi yang telah dilakukan.

Komplain paling banyak dilakukan oleh pembeli pada situs Tokobagus. Beberapa hal yang mengakibatkan komplain dari pengguna situs Tokobagus antarlain: 1.) Barang yang dikirim terlambat datang, 2.)Barang yang diterima tidak sama dengan yang ada di dalam iklan, 3.) Terdapat kecacatan pada barang, 4.) Pelayanan yang kurang memuaskan, 5.) Tidak adanya penyelesaian dari pihak penjual

Selain komplain dari pihak pembeli, terdapat pula komplain dari pihak penjual. Beberapa penyebab komplain dari pihak penjual antara lain : 1.) Pembayaran yang belum dilakukan atau kurang padahal barang sudah dikirimkan, 2.) Pembeli yang membatalkan transaksi secara sepihak.

Komplain merupakan hal wajar dalam melakukan jual-beli secara *online*. Hal ini disebabkan oleh kesalahpahaman dalam pemberian dan penerimaan informasi barang/jasa yang diperdagangkan. Dengan adanya komplain, penjual dan pembeli kemudian mencari jalan keluar untuk menyelesaikan permasalahan yang mereka hadapi seputar jual-beli secara *online*.

Penyelesaian Komplain

Penyelesaian masalah perihal komplain yang di ajukan oleh pengguna situs Tokobagus merupakan hal yang dilakukan untuk menjaga hubungan antara pengguna

Tokobagus itu sendiri. Penyelesain permasalahan dilakukan oleh pengguna situs Tokobagus untuk kembali pada kesepakatan awal yang telah dicapai melalui proses negosiasi.

Pada kesepakatan awal bertransaksi, antara penjual dan pembeli pada situs Tokobagus melakukan perjanjian yang menentukan bentuk-bentuk dari komplain yang akan terjadi. Bentuk perjanjian ini ada yang berupa garansi dalam tempo yang telah ditentukan, dimana saat terjadi kerusakan, pembeli yang melakukan komplain akan langsung ditangani oleh pihak penjual. Penanganannya adalah dengan mengganti barang yang rusak sebelum habis masa garansinya. Selain mengganti dengan barang yang baru terdapat pula cara memperbaiki barang yang rusak. Langkah-langkah lain yang dilakukan oleh penjual pada situs Tokobagus adalah dengan cara memberikan diskon atau potongan harga untuk menghadapi komplain yang terjadi karena kerusakan barang selama masa garansi.

Cara informan untuk menghadapi komplain adalah bermacam-macam, sesuai dengan situasi dan kondisi yang dihadapi. Perbedaan teknik penanganan komplain juga dipengaruhi oleh jenis barang dan jasa yang diperjual-belikan melalui situs Tokobagus

Model Perdagangan Situs Tokobagus

Setelah melakukan penelitian terhadap proses transaksi jual beli pada situs Tokobagus. Penulis mengetahui adanya dua model perdagangan, antara lain :

Tabel 1. Model Perdagangan yang Dilakukan Pengguna Situs Tokobagus			
KATEGORI MEMBER	JAWABAN		JUMLAH
	<i>Full Online</i>	<i>Semi Online</i>	
<i>Verified Silver</i>	3	0	3
<i>Verified Bronze</i>	1	1	2
<i>Verified</i>	3	5	8
<i>Non-Verified</i>	2	2	4
<i>Non-Member</i>	0	3	3
JUMLAH	9	11	20

Sumber : Data Primer

Setengah *Online*

Perdagangan ini masih menggunakan situs Tokobagus hanya sebagai sarana untuk mengiklankan atau memajang barang atau jasa yang diperdagangkan. Fungsi situs

Tokobagus hanya sebagai etalase, proses selanjutnya untuk melakukan transaksi masih menggunakan cara bertemu atau biasa disebut informan dengan COD (*Cash On Delivery*). COD merupakan istilah populer yang digunakan di situs Tokobagus untuk menyebut transaksi pembelian dengan bertatap muka. Artinya pembeli dan penjual memang saling bertemu untuk transaksi, istilahnya ada uang ada barang. Cara ini cukup populer di kalangan pengguna situs Tokobagus, dengan bertemu muka dapat meminimalisir penipuan, dan barang bisa langsung didapatkan pembeli setelah uang diserahkan.

Model perdagangan setengah *online* banyak dilakukan oleh pengguna yang belum menjadi *member* situs Tokobagus. Model perdagangan ini dilakukan karena kurangnya rasa percaya antara penjual dan pembeli sehingga memerlukan tatap muka untuk proses transaksinya. Apalagi jika barang yang dibeli merupakan barang *secondhand* atau barang yang memiliki nilai ekonomis tinggi, dimana dibutuhkan pemeriksaan terhadap barang tersebut, singkatnya COD diperlukan untuk meyakinkan antara penjual dengan pembeli dalam melakukan transaksi jual-beli.

Full Online

Model perdagangan *full online* dilakukan tanpa melakukan pertemuan yang nyata antara penjual dan pembeli. Kedua pihak yang melakukan proses perdagangan dengan difasilitasi oleh teknologi informasi. Beberapa permasalahan mengenai pembicaraan, negosiasi, perundingan bersama untuk menentukan barang dan jasa yang dibutuhkan, harga yang pantas, metode dan teknik pengiriman dan penerimaan, kontak melalui surat menyurat semuanya dilakukan melalui media elektronik dan *email*.

Model *full online* menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi antara penjual dan pembeli, sehingga berani melakukan transaksi jual-beli tanpa melakukan tatap muka secara langsung. Tingkat kepercayaan yang ini dipengaruhi oleh beberapa hal, antara lain; 1.) Penjual dan pembeli pernah bertemu sebelumnya sehingga mengetahui kualitas antara masing-masing individu. 2.) Status penjual dan lamanya melakukan penjualan pada situs Tokobagus, terlihat dari tabel model perdagangan, bahwa status penjual yang semakin tinggi mempermudah proses transaksi jual-beli melalui model *full online*. 3.) Harga barang yang dirasa murah (memiliki resiko kerugian yang rendah), sehingga tidak memerlukan tatap muka secara langsung. Cukup melakukan transaksi dengan transfer uang kepada penjual, dan barang dikirim oleh penjual ke pembeli.

Interaksi Sosial Antar Pengguna Situs Tokobagus

Interaksi adalah hubungan timbal-balik antara dua orang atau lebih, dan masing-masing orang yang terlibat di dalamnya memainkan peran secara aktif. Dalam interaksi, lebih dari sekedar terjadi hubungan antara pihak- pihak yang terlibat melainkan terjadi saling mempengaruhi. Dalam sebuah interaksi terdapat beberapa elemen yang saling berhubungan satu sama lainnya, kemudian membentuk suatu hubungan. Hubungan di dalam situs Tokobagus adalah berupa hubungan jual-beli yang dilakukan antara penggunanya.

Di dalam hubungan antar sesamanya, manusia saling berinteraksi antar sesamanya. Interaksi ini menyebabkan dua proses yang saling berlawanan, asosiatif dan disosiatif (Soekanto, 1990:77). Proses asosiatif lebih cenderung ke arah kerjasama untuk mencapai tujuan bersama sehingga menyebabkan tiap-tiap individu saling melengkapi antar sesamanya ataupun juga dengan lingkungannya. Sedangkan yang kedua, proses disosiatif lebih mengarah pada persaingan, dimana di dalam masyarakat modern saat ini persaingan merupakan salah satu syarat untuk mencapai kriteria tertentu untuk menduduki suatu posisi tertentu. Persaingan adalah kompetisi yang mendukung individu untuk mencapai posisi yang terbaik.

Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi agar terjadi interaksi adalah : 1.) Adanya kontak sosial; adalah hubungan antara satu pihak dengan pihak lain yang merupakan awal terjadinya interaksi, dan masing – masing pihak saling bereaksi antara satu dengan yang lain meski tidak harus bertatap muka ataupun bersentuhan secara fisik. Pada situs Tokobagus terjadi hubungan antara pihak penjual dan pihak pembeli. Hubungan ini terjadi melalui teknologi informasi yang diwujudkan berupa *email*, sms, telepon, komentar di lapak iklan jual beli. Dengan adanya kontak sosial, antara pengguna telah melakukan langkah awal untuk melakukan berbagai proses jual-beli yang meliputi informasi barang atau jasa, negosiasi, dan transaksi. 2.) Adanya komunikasi; artinya berhubungan atau bergaul dengan orang lain. Hal terpenting dalam komunikasi yaitu adanya kegiatan saling menafsirkan perilaku (pembicaraan, gerakan-gerakan fisik, atau sikap) dan perasaan-perasaan yang disampaikan. Terdapat unsur-unsur yang melatar belakangi proses komunikasi yaitu; 1.) Komunikator, yaitu orang yang menyampaikan pesan, perasaan, atau pikiran kepada pihak lain (Pembeli pada situs Tokobagus yang

menanyakan barang yang dijual). 2.) Komunikan, yaitu orang atau sekelompok orang yang dikirim pesan, pikiran, atau perasaan (Penjual yang mendapatkan pesan dari pembeli). 3.) Pesan, yaitu sesuatu yang disampaikan oleh komunikator (berupa *email*, sms, bbm dan *chatting* dari pembeli). Pesan dapat berupa informasi, instruksi, dan perasaan. 4.) Media, yaitu alat untuk menyampaikan pesan (berupa laptop, komputer, telepon genggam). 5.) Efek, yaitu perubahan yang diharapkan terjadi pada komunikan, setelah mendapatkan pesan dari komunikator (perubahan ini dilalui dengan melakukan negosiasi antara pengguna pada situs Tokobagus).

Interaksi dapat ditemui pada setiap kumpulan individu ataupun sampai masyarakat, untuk menjaga agar tetap menjadi makhluk sosial, manusia harus menjaganya agar tetap ada. Tidak terkecuali dalam dunia maya, atau *internet*. Interaksi di *internet* tidak dilakukan dengan layaknya interaksi di dunia nyata. Interaksi dilakukan antar individu lewat bantuan *email*, *chat*, *blog*, *web site*, *video conference*, telepon, *blackberry messenger*, dan pesan singkat. Interaksi dalam dunia maya tidak menggunakan hukum fisika yang berlaku di dunia nyata, yaitu terpengaruh oleh waktu dan tempat (*space and time*). Waktu dan batasan-batasan sosial sampai Negara dapat ditembus oleh interaksi yang dilakukan lewat *internet*. Setiap individu *online* di belahan dunia manapun, dapat berhubungan dengan individu di suatu tempat yang lain.

Setelah melalui berbagai persyaratan untuk melakukan interaksi sosial. Kembali lagi pada wacana awal, bahwa terdapat dua bagian besar mengenai proses interaksi, dimana kedua proses itu saling berlawanan. Proses itu adalah asosiatif dan disosiatif. Berdasarkan pada informasi dan data yang telah diperoleh melalui penelitian pada pengguna situs Tokobagus, kedua proses ini ditemui dalam menjalin hubungan jual-beli.

Proses asosiatif ditunjukkan oleh kegiatan sebatas dagang, pertemanan, dan kerjasama bisnis antar pengguna situs Tokobagus. Sedangkan proses disosiatif ditunjukkan oleh persaingan dan konflik yang terjadi antar pengguna situs Tokobagus. Lebih jelasnya ditampilkan pada tabel hubungan antara penjual dan pembeli pada situs Tokobagus.

Tabel 2. Hubungan Antar Pengguna Situs Tokobagus

KATEGORI MEMBER	JAWABAN				
	Sebatas Dagang	Pertemanan	Kerjasama Bisnis	Persaingan Bisnis	Konflik Dagang
<i>Verified Silver</i>	0	1	2	0	0
<i>Verified Bronze</i>	0	1	1	0	0

<i>Verified</i>	3	2	0	2	1
<i>Non-Verified</i>	3	0	0	0	1
<i>Non-Member</i>	2	0	0	0	1
JUMLAH	8	4	3	2	3

Sumber : Data Primer

Tabel 2. memaparkan tentang hubungan antara pengguna situs Tokobagus. Pada hubungan sebatas dagang dan konflik dagang, fokus hubungannya adalah jangka pendek, dimana penjual dan pembeli tidak berorientasi untuk menjalin hubungan secara intensif dan berkelanjutan (hanya menjual satu atau dua barang setelah itu sudah tidak berhubungan). Berbeda dengan hubungan sebatas dagang dan konflik dagang, pada hubungan pertemanan, kerjasama, dan persaingan bisnis hubungan ini lebih berorientasi pada hubungan jangka panjang karena penjual dan pembeli tidak hanya sesekali dalam melakukan perdagangan. Perdagangan seringkali dilakukan secara berulang-ulang, hubungan ini mengutamakan faktor pelayanan dan menjaga kepercayaan bertransaksi antara penjual dengan pembeli.

Teknoekonomi Pada Situs Tokobagus

Situs Tokobagus merupakan situs jual-beli terbesar di Indonesia, dimana di dalamnya terjadi interaksi antar pengguna yang memiliki tujuan utama untuk melakukan proses jual-beli. Proses jual-beli ini ditunjang oleh penggunaan teknologi komunikasi dan informasi modern berupa komputer, laptop, telepon genggam, dan komputer tablet.

Merujuk pada Kaplan & Manners (2002:127) istilah peralatan penunjang kehidupan manusia disebut dengan teknoekonomi untuk menjelaskan peralatan yang lebih dari sekedar teknologi (untuk mengupas sisi sosial dari teknologi yang digunakan di masyarakat).

Dari penjelasan sebelumnya yang menyinggung perdagangan dan interaksi sosial antar pengguna situs tokobagus. Telah didapatkan fakta bahwa pada penggunaan teknologi *internet* telah memunculkan sisi sosial dari masyarakat *cyber* yang mengakses situs Tokobagus. Kemudian pemanfaatan teknologi *internet* bergantung pada sisi sosial dan budaya dari penggunanya.

Tokobagus bukanlah sekedar situs *online* yang semata-mata merupakan pengembangan dari teknologi *internet*. Lebih luas daripada itu, fakta di lapangan menunjukkan keluasan jangkauan situs Tokobagus dalam memfasilitasi perihal jual-beli

yang terkait dengan berbagai permasalahan sosial. tanpa adanya sisi sosial situs Tokobagus hanya menjadi ruang maya yang hampa, yang secara otomatis akan menghilangkan fungsinya sebagai situs jual-beli. Inti sebenarnya dari kegiatan jual-beli pada situs Tokobagus adalah perihal hubungan, dimana di dalam suatu hubungan terdapat proses-proses. Proses-proses yang telah dilalui berupa bergabungnya seseorang menjadi pengguna situs Tokobagus koneksi antara penjual dan pembeli, negosiasi antara penjual dan pembeli, transaksi jual-beli, komplain dan penyelesaiannya merupakan representasi dari kegiatan jual beli pada dunia maya.

Lebih lanjut lagi, Kaplan dan Manners (2002:129) menyatakan teori teknoekonomi tidak secara eksklusif memusat pada teknik dan alat yang digunakan oleh suatu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan ekonominya. Bagian pertama dari kata bentukan itu (*tekno*) mengacu pada perlengkapan teknis atau materiil dan pengetahuan yang ada dalam (dan dapat dimanfaatkan oleh) masyarakat. Pengguna situs Tokobagus merupakan masyarakat yang melek teknologi (melek teknologi dapat diartikan sebagai seseorang yang mengerti akan penggunaan teknologi dan apa saja yang bisa diperbuat melalui teknologi). Sebelum menjadi pengguna situs Tokobagus, pengguna melakukan proses belajar dan pelatihan terhadap *internet* sebagai tempat bernaung situs Tokobagus itu sendiri. Dengan pembelajaran dan pelatihan mengenai aplikasi *internet* pengguna dapat mengerti tentang apa yang diharapkan nantinya. Pembelajaran tersebut antara lain seperti bagaimana agar dapat terhubung dengan *internet*, pencarian informasi dalam *internet*, pertukaran informasi melalui *internet*, dan sebagainya. Pengetahuan Teknologi *Internet* sangat berpengaruh terhadap hasil yang diharapkan pengguna dalam bertransaksi melalui situs Tokobagus

Sedangkan kata kedua (*ekonomi*) menekankan pengaturan yang dilakukan oleh sesuatu masyarakat dalam menggunakan perlengkapan teknis dan pengetahuannya untuk produksi, distribusi, serta konsumsi barang dan jasa. Dalam pengertian ini teknologi adalah representasi dari "kesempatan", sedangkan ekonomi merupakan representasi cara pemberlakuan kesempatan itu dalam masyarakat. Perdagangan yang terjadi antara penjual dan pembeli menggunakan aturan-aturan yang ada pada situs Tokobagus. Aturan-aturan dibuat sedemikian rupa untuk menjaga hubungan antara pengguna dan menghindari berbagai jenis penipuan yang ada pada jual-beli *online*. Aturan yang ada di tokobagus bersifat tertulis, sebagaimana telah dijelaskan pada bagian sebelumnya yang meliputi;

kebijakan privasi, syarat-syarat penggunaan situs Tokobagus, *disclaimer*, dan terahir petunjuk dan aturan penggunaan, Aturan-aturan tersebut kemudian menjadi acuan berperilaku dan bertindak bagi penjual dan pembeli yang menggunakan situs Tokobagus sebagai media jual-beli atau sebagai toko mayantara.

Pengaturan terhadap fitur-fitur jual beli yang ada pada situs Tokobagus, digunakan sedemikian rupa oleh pengguna untuk melakukan proses jual-beli. Tokobagus merupakan kesempatan yang nyata di dalam dunia yang maya untuk menjual barang dan jasa, dimana dalam mencari dan menjual barang dapat dilakukan dengan mudah. Tidak ada kesulitan yang berarti bagi pengguna situs Tokobagus untuk menjual dan mencari barang dan jasa. Hal ini terbukti dengan jumlah *member* Tokobagus yang bertambah secara signifikan.

Penjual memanfaatkan situs Tokobagus untuk menjual barang dan jasa untuk memperoleh harga yang pantas, sedangkan pembeli juga memanfaatkan situs Tokobagus untuk memperoleh harga yang lebih murah daripada membeli di pasar pada dunia nyata. Kondisi harga di situs Tokobagus yaitu seorang pembeli menganggap harga barang dan jasa lebih murah dari harga yang ada di pasaran, Seorang penjual menganggap barang dan jasa yang dijual pada situs Tokobagus lebih mahal dari harga tengkulak. Dari sini dapat diambil kesimpulan bahwa harga yang ada pada situs Tokobagus adalah harga yang ada diantara harga pasar dan harga tengkulak, sehingga kesepakatan antara penjual yang bersifat perorangan dan pembeli yang juga bersifat perorangan mudah terjadi. Kesepakatan dilalui melewati serangkaian alur jual-beli yang hampir sama dengan perdagangan pada dunia nyata, namun terdapat beberapa hal yang berbeda. Perbedaan ini terjadi karena bentuk ruang yang berbeda antara ruang nyata dan ruang maya, sehingga mengharuskan adanya modifikasi pada komponen-komponen perdagangan.

Modifikasi Komponen Perdagangan Pada Situs Tokobagus

Perkembangan penggunaan teknologi *internet*, khususnya pada situs Tokobagus, terdapat sisi sosiokultural; yaitu bagaimana suatu alat digunakan di suatu masyarakat dan berpengaruh terhadap nilai, norma, serta aturan-aturan yang ada dalam masyarakat itu. Tokobagus telah berhasil mempengaruhi gaya hidup dari para penggunanya untuk hidup lebih praktis dan cepat. Pengguna yang pada awalnya melakukan jual-beli melalui pasar nyata (mall, pasar, tradisional), berangsur-angsur melakukan jual beli pada pasar di dunia

maya. Segala bentuk kebutuhan manusia yang ditemukan di dunia nyata, kini dapat ditemukan pada dunia maya. Situs Tokobagus menyediakan toko *online* yang memfasilitasi bertemunya penjual dan pembeli. Unsur-unsur yang seharusnya ada pada toko nyata, kemudian dimodifikasi menjadi bentuk yang lebih ringkas pada toko dunia maya. Unsur-unsur toko jual-beli meliputi penjual, pembeli, barang dagangan, dan tempat dimana toko itu berada. Berikut merupakan bentuk modifikasi komponen dari toko nyata ke bentuk toko maya :

Tabel 3. Perbedaan Toko Nyata dan Toko Maya

Komponen	Toko nyata	Toko Maya
Komoditas	Barang atau jasa pada umumnya pada tempat yang nyata (dagangan bisa langsung dilihat dan dipegang)	Barang atau jasa, music, video, software dan berupa katalog iklan (dagangan hanya bisa dilihat melalui layar komputer)
Bentuk Toko	Segala tempat, mulai dari toko tradisioanal di pasar sampai toko modern di mal-mal.	Segala tempat/ <i>space</i> di <i>internet</i> yang berupa Situs Jual-beli.
Penjual	Pemilik kios, toko, atau outlet.	Pemilik akun <i>email</i> yang terhubung dengan situs jual-beli.
Pembeli	Orang yang datang ke alamat kios atau toko.	Pengakses situs jual-beli situs tokobagus.

Sumber : Data Primer

Modifikasi dilakukan tanpa menghilangkan fungsi-fungsi yang ada, seperti terlihat pada tabel. Unsur-unsur yang diperlukan untuk tercapainya transaksi jual-beli masih tetap ada, namun bentuknya yang diubah. Pada dunia maya, pasar adalah berupa situs atau *web site*, ruangnya tersimpan pada *server* pengelola situs yang terpusat (Situs Tokobagus meletakkan *server*nya di Denpasar Bali). Pedagang pada situs Tokobagus memiliki kios berupa lapak atau toko yang berhubungan langsung dengan *email* pribadinya. Pembeli pada situs tokobagus merupakan pengakses dari layanan internet melalui tampilan layar laptop atau *gadget*. Dari modifikasi-modifikasi yang ada, tentunya mempengaruhi tatanan yang ada, pengguna situs Tokobagus mulai berubah gaya hidupnya, dari masyarakat yang melakukan perdagangan di pasar tradisional dan pasar modern dengan segala kerumitannya, berubah menjadi masyarakat *cyber* yang menggunakan teknologi

informasi berbasis *internet* yang menawarkan sisi kepraktisan. Sekarang, setelah ada situs Tokobagus dan juga situs jual-beli lainnya, semua orang yang memiliki alat untuk akses *internet* bisa berjualan dan mengeksploitasi sumberdaya informasi yang luas dan berlimpah di dalamnya untuk memperoleh keuntungan.

Perbandingan Budaya Tanah Datar Indian dengan Budaya *Cyber* Situs Tokobagus

Penulis kemudian membandingkan teknologi *internet* dengan transformasi budaya Indian Tanah Datar Amerika Utara. Transformasi terjadi setelah diperkenalkannya kuda dan kemudian senjata api. Adanya kuda telah memungkinkan orang Indian mengeksploitasi sumberdaya hewani yang kaya (bison) di Amerika pada taraf yang sebelumnya tidak dapat mereka capai.

Perubahan teknologilah, yakni diperkenalkannya kuda, yang telah memungkinkan lahirnya budaya Tanah Datar yang tenar dalam sejarah itu. Perubahan teknologi dasar ini memicu rentetan modifikasi budaya yang terjadi (Symmes C. Oliver, 1962:67 dalam Kaplan & Manners, 2002:131)

Suku-suku yang berkat adanya kuda itu lalu mampu berpindah ke tanah datar, berasal dari latar budaya yang bermacam. Beberapa diantaranya, misalnya *Crow* dan *Cheyennne*, semula adalah pekebun (hortikulturalis) yang menetap di desa. Yang lain-lain misal *Cree* dan *Comanche*, semula pemburu dan peramu. Sungguhpun demikian, begitu mereka tiba di tanah datar, terjadilah konvergensi (titik temu kultural). Bukannya hendak dikatakan semua perbedaan latar belakang tersebut terhapus, karena kenyataannya memang tidak demikian. Akan tetapi terjadilah konvergensi struktur sosial yang jelas (misalnya, menuju suatu komunitas migran yang cair), konvergensi ideology (kesatria perang alias petempur atau *warrior* lebih ditekankan sebagai tipe ideal). Bahkan ada kasus-kasus transformasi kepribadian pula (Kaplan & Manners, 2002:131)

Pengenalan akan teknologi *internet* yang diaplikasikan dalam unsur ekonomi dalam wujud jual-beli, memungkinkan setiap penggunanya untuk mengeksploitasi sumberdaya yang ada pada teknologi itu. Perubahan teknologi yang membuat perubahan akan komponen pasar nyata menjadi pasar maya kini sudah terjadi. Pasar yang dulunya merupakan segala tempat, mulai dari pasar tradisional sampai pusat perbelanjaan modern, kini mulai ditemui pada ruang-ruang maya menjadi berbentuk situs atau *web site*. Pedagang di pasar yang merupakan pemilik dari kios, pada situs Tokobagus berubah

menjadi pemilik dari akun *email*. Gejala akan perubahan mulai terlihat seiring dengan terus meningkatnya pengguna situs Tokobagus dan situs lainnya yang ada pada dunia maya. Masyarakat dunia nyata perlahan pindah menjadi penghuni dunia maya yang tanpa batasan luasnya. Hingga akhirnya terjadilah pertemuan antar masyarakat dengan latar budaya yang berbeda.

Pengguna situs Tokobagus merupakan suatu komunitas yang terdiri dari berbagai macam latar belakang yang berbeda, kemudian menjadi satu dengan tujuan melakukan jual-beli. Antara pengguna saling berinteraksi dan memahami meskipun terdapat latar budaya yang berbeda. Antara pihak-pihak yang berinteraksi kemudian memunculkan istilah-istilah yang lazim digunakan untuk berkomunikasi. Misalkan "*gan*" (juragan), "*afgan*" (sadis dalam penawaran), "*rosa*" (kata lain dari tega) dimana istilah-istilah ini sebenarnya diluar dari kontek berbahasa yang benar dalam kamus bahasa Indonesia, namun dapat dipahami sebagai suatu konvergensi bahasa yang dapat diterima oleh masing-masing pihak yang melakukan interaksi. Jika diamati dengan seksama, dan melalui perbandingan-perbandingan di atas, maka akan terlihat bentuk persamaan antara budaya Indian Tanah Datar di Amerika Utara dengan budaya *cyber* pada situs Tokobagus. Keduanya mengalami perubahan karena mengenal teknologi baru yang diaplikasikan dalam kehidupannya masing-masing.

Penutup

Tokobagus bukanlah sekedar situs *online* yang semata-mata merupakan pengembangan dari teknologi internet. Lebih luas daripada itu, fakta di lapangan menunjukkan keluasan jangkauan situs Tokobagus dalam memfasilitasi perihal jual-beli yang terkait dengan berbagai permasalahan sosial. tanpa adanya sisi sosial situs Tokobagus hanya menjadi ruang maya yang hampa, yang secara otomatis akan menghilangkan fungsinya sebagai situs jual - beli. Inilah yang merupakan sisi teknoekonomi dimana situs Tokobagus tidak secara eksklusif memusat pada teknik dan alat yang digunakan oleh suatu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan ekonominya. Bagian pertama dari kata bentukan itu (*tekno*) mengacu pada perlengkapan teknis atau materiil dan pengetahuan yang ada dalam (dan dapat dimanfaatkan oleh) masyarakat.

Inti sebenarnya dari kegiatan jual-beli pada situs Tokobagus adalah perihal hubungan, dimana didalam suatu hubungan terdapat proses-proses. Proses-proses yang

telah dilalui berupa bergabungnya seseorang menjadi pengguna situs Tokobagus, koneksi antara penjual dan pembeli, negosiasi antara penjual dan pembeli, transaksi jual-beli, komplain dan penyelesaiannya merupakan bagian dari hubungan atau kegiatan jual -beli pada toko mayantara.

Pengguna situs Tokobagus sudah mulai bergerak kearah perubahan namun belum meninggalkan unsur-unsur budaya yang lama, meskipun telah melakukan perdagangan di *internet*, tidak seluruhnya kegiatan perdagangan dilakukan melalui situs Tokobagus. Untuk kebutuhan sehari-hari misalnya, masih tetap berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern.

Daftar Pustaka

Chandra, Tjiptono (2004) *Pemasaran Global Internasionalisasi dan Internetisasi*. Yogyakarta. Andi.

Effendy, Onong U (2000) *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung. Citra Aditya Bakti.

Kaplan, D dan Manners, A (2002) *Teori Budaya* (Penerjemah: Landung Simatupang).Yogyakarta. Pustaka Pelajar.

Moleong, L J (2005) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. Remaja Rosdakarya.

Soerjono, Soekanto (ed) (1990) *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.

Tung, K (1996) *Pemasaran dan Bisnis di Internet*. Jakarta. Gramedia.

Wilson dan Peterson (2002) "The Anthropology of Online Communities". Dalam *Annual Reviews Anthropology*. 31:449-67.

Situs Tokobagus (2012) *Home (online)* <http://www.tokobagus.com/>. Diakses 26 Juli 2012