

# Hubungan antara Kegiatan Kopi Darat Komunitas Bukalapak dengan Kohesivitas Kelompok

Desti Mardiah, Maman Suherman

Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

email:Destimardiah9@gmail.com

**Abstract**—The phenomenon of technological development and the growing development of online trade in Indonesia, has an increasing impact micro bussines that needs to be accommodated. Bukalapak is a marketplace that is committed to achieving the mission of advancing micro bussines in Indonesia. In addition, Bukalapak is a community and social-based business. Bukalapak group activity is Kopi Darat, this activity is included in group communication. The community is the most important asset in the online market company's business movements. Organizational culture in the form of growing a sense of brotherhood and kinship is the main key in improving the quality of brotherhood among members. This study uses a quantitative method with a correlational approach that aims to determine the relationship between ground coffee activities that include activities, interactions and feelings with group cohesiveness. The theory used is Internal and External Theory according to George Caspar Homan. The results of the study there is a significant and quite strong relationship between activity and cohesiveness, there is a very strong relationship between interactions with group cohesiveness, and there is a very strong relationship between feelings and group cohesiveness.

**Keywords**—Group Communication, Cohesiveness, Group Activity

**Abstrak**—Fenomena perkembangan teknologi dan makin berkembangnya perdagangan *online* di Indonesia, berdampak bertambahnya UKM yang butuh di wadahi. Bukalapak adalah *marketplace* yang mempunyai komitmen untuk mencapai misi memajukan UKM di Indonesia. Selain itu, Bukalapak merupakan bisnis berbasis komunitas dan sosial. Kegiatan Kelompok Bukalapak adalah Kopi Darat, kegiatan ini termasuk dalam komunikasi kelompok. Komunitas merupakan aset terpenting dalam pergerakan bisnis perusahaan pasar daring ini. Budaya organisasi berupa penumbuhan rasa persaudaraan dan kekeluargaan menjadi kunci utama dalam meningkatnya kualitas persaudaraan di antara para anggota, sehingga akan menimbulkan kohesivitas kelompok. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional yang bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara kegiatan kopi darat yang meliputi aktivitas, interaksi dan perasaan dengan kohesivitas kelompok. Teori yang digunakan adalah Teori Internal dan Eksternal menurut George Caspar Homan. Hasil penelitian terdapat hubungan yang signifikan dan cukup kuat antara aktivitas dengan

kohesivitas, terdapat hubungan sangat kuat antara interaksi dengan kohesivitas kelompok, dan terdapat hubungan yang sangat kuat antara perasaan dengan kohesivitas kelompok.

**Kata Kunci**—Komunikasi Kelompok, Kohesivitas, Kegiatan Kelompok.

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan di dunia perdagangan *online* atau *e-commerce* yang pesat menjadi sebuah fenomena baru dalam ekonomi di Indonesia, hal ini di tandai dengan meningkatnya penggunaan internet setiap tahunnya. Namun seiring perkembangan teknologi informasi dan perubahan perilaku pengguna internet, media sosial mengambil peranan penting dalam pemasaran barang/jasa. Menurut Survey Internet 2016 oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), penggunaan media sosial sebagai sarana berdagang menduduki peringkat ke-2 tertinggi setelah penggunaan media sosial sebagai alat berbagi informasi. Meningkatnya jumlah pengguna internet, telah menarik berbagai usaha bisnis. *E-Commerce* sudah menjadi bagian dari *lifestyle* kaum milenial yang melakukan transaksi jual beli secara *online*. Berdasarkan riset terbaru oleh lembaga Merchant Machine, Indonesia menjadi negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia. Pertumbuhan *e-commerce* Indonesia bahkan lebih cepat daripada India dan Tiongkok. Menurut lembaga riset asal Inggris ini, Indonesia memimpin jajaran negara dengan pertumbuhan 78% pada 2018<sup>1</sup>. Hal ini membuktikan besarnya penggunaan *E-Commerce* di Indonesia, yang membuat banyak pihak menciptakan aplikasi *E-Commerce*, begitu pula dengan UKM yang semakin bertambah.

Maka di Indonesia munculah *e-commerce* dan *marketplace* besar dengan modal yang fantastis bagi ukuran industri di Indonesia, sebut saja Matahari Mall, Bukalapak, Lazada, Blibli, Tokopedia, Shopee, JD.ID, Zalora dan lain-lain.

Seiring dengan fenomena yang semakin bertambahnya jumlah UKM, maka di perlukan *marketplace* yang mampu mewadahi UKM dengan baik. Berdasarkan wawancara peneliti dengan salah satu anggota Komunitas Pelapak

<sup>1</sup> <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia> diakses pada tanggal 28 Juni 2019 pukul 23.26

Bukalapak. Dan dalam hal ini Bukalapak juga mempunyai jargon “Pahlawan UKM” yang dimana adanya fitur khusus atau *page* khusus yang mengutamakan UKM.

Hal ini membuat para pelapak mendirikan sebuah komunitas dimana mereka saling berkumpul untuk berinteraksi satu sama lain. Perkumpulan ini mereka sebut dengan, Kopi Darat. Komunitas Bukalapak berdiri atas dasar rasa saling memiliki, serta menjadi wadah untuk berinteraksi secara langsung sesama anggota dengan tekad untuk maju dan sukses bersama. Bukalapak percaya bahwa komunitas adalah pemersatu sekaligus ajang silaturahmi bagi para pelapak. Program komunitas secara rutin mengadakan kopi darat di berbagai daerah di Indonesia untuk berbagi pengalaman dan wawasan dalam meningkatkan penjualan para pelapak.

Dengan menyimak fenomena perkembangan teknologi dan makin berkembangnya perdagangan *online* di Indonesia, berdampak bertambahnya UKM yang butuh diwadahi, maka peneliti tertarik untuk mendalaminya dengan mengeksplorasi lebih mengenai Bukalapak. Dalam hal ini Bukalapak memang satu-satunya *e-commerce* yang mempunyai jargon “Pahlawan UKM” dan mempunyai kegiatan untuk anggota komunitas di luar transaksi jual-beli yaitu “Kopi Darat” yang merupakan bukti komitmen Bukalapak untuk mencapai misi memajukan UKM yang ada di seluruh Indonesia.

Dikarenakan kegiatan komunitas ini merupakan sebuah fenomena yang menarik untuk dikaji, maka peneliti akan menguji keeratan atau kohesivitas antara anggota komunitas Bukalapak. Karena peneliti ingin meneliti apakah kegiatan Kopi Darat yang dilakukan anggota komunitas ini menimbulkan keeratan dan rasa kepemilikan atau tidak. Didasari pemikiran tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul : “Hubungan antara kegiatan “kopi darat” komunitas Bukalapak dengan Kohesivitas Kelompok”

Selanjutnya tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hubungan antara Aktivitas *Sharing* anggota komunitas Bukalapak dengan Kohesivitas Kelompok.
2. Untuk mengetahui hubungan antara Interaksi anggota komunitas Bukalapak dengan Kohesivitas Kelompok.
3. Untuk mengetahui hubungan antara Perasaan anggota komunitas Bukalapak dengan Kohesivitas Kelompok.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan korelasional dalam pendekatan kuantitatif.

Populasi yang dipilih anggota komunitas pelapak Bukalapak kota Bandung yang terdaftar sebagai anggota dan yang pernah mengikuti kegiatan “kopi darat” tercatat sebanyak 226 orang anggota.

Pada penelitian ini peneliti menghitung ukuran sampel yang diperlukan menggunakan rumus yang didasari oleh kebermaknaan besaran koefisien korelasi pada penelitian

terdahulu (Machin, *et al*, 2009:157). Dan didapat jumlah responden sebesar 61 orang anggota komunitas Bukalapak Bandung.

## II. LANDASAN TEORI

Komunikasi adalah suatu studi tentang sesuatu yang terjadi pada saat individu-individu berinteraksi dalam kelompok. Pola komunikasi kelompok juga melibatkan komunikasi antarpribadi, karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok. Sedangkan komunikasi kelompok adalah suatu bidang studi penelitian dan terapan yang secara umum tidak menitikberatkan perhatiannya pada proses kelompok, tetapi pada tingkah laku individu dalam diskusi kelompok tatap muka [1].

Menurut George Caspar Homans (dalam Komunikasi Kelompok, 2011:56) mengemukakan teori Internal dan Eksternal, inti asumsi teori ini adalah semakin banyak aktivitas-aktivitas seseorang yang dilakukan dengan orang lain, maka semakin beraneka ragam interaksi dengan orang lain dan semakin kuat tumbuhnya sentiment atau perasaan mereka.

Teori ini lebih kepada mengungkapkan bagaimana kegiatan yang dilakukan, interaksi yang dikembangkan, dan perasaan yang ditimbulkan individu-individu sebagai anggota kelompok. Teori ini dirasa tepat oleh peneliti untuk digunakan dalam penelitian ini karena komunitas pelapak Bukalapak Bandung sebagai salah satu bentuk kelompok yang tidak lepas dari kegiatan kelompok. Dalam hal ini yaitu kegiatan kopi darat pelapak Bukalapak. Sedangkan interaksi dapat dilihat dalam setiap aktivitas anggota pelapak Bukalapak terjadi hubungan interaksi antaranggota kelompok. Untuk perasaan yang dimiliki oleh setiap anggota komunitas pelapak Bukalapak terhadap satu sama lain anggota lainnya, yaitu perasaan suka dan tidak suka, setuju atau tidak setuju.

### A. Kegiatan

Kegiatan/aktivitas kelompok yaitu terdiri dari tindakan-tindakan anggota kelompok yang berhubungan dengan kegiatan, diskusi dan tugas kelompok. Indikator yang ada dalam kegiatan kelompok yaitu partisipasi aktif anggota disetiap kegiatan, peran anggota pada setiap kegiatan, dan tugas anggota. (Homans 1947: 14).

### B. Interaksi

Menurut Walgito, melalui interaksi akan terjadi proses pertukaran pendapat, informasi, pengetahuan ataupun pengalaman antar anggota. Dalam interaksi apabila seseorang tertarik pada orang lain, maka ia akan mengadakan interaksi dengan orang bersangkutan. Sebaliknya, kalau seseorang tidak tertarik, maka ia tidak akan mengadakan interaksi.

### C. Perasaan

Ketika kegiatan dilakukan terus menerus akan ada

interaksi yang menimbulkan perasaan. Unsur perasaan adalah sesuatu yang menarik, untuk perasaan mencangkup tentang suka dan tidak suka, senang tidak senang yang terdiri dari perasaan-perasaan negatif-positif yang dirasakan anggota kelompok terhadap anggota lain. [1].

#### D. Kohesivitas

Kohesivitas adalah saling tertariknya atau saling senangnya anggota satu dengan yang lain dalam kelompok (Walgito, 2007:47)[2]. Maka dari itu kohesivitas kelompok (kekompakan) erat hubungannya dengan kepuasan anggota kelompok, makin kohesif dan makin loyal pula.

Menurut McDavid dan Harari, kohesivitas suatu kelompok dapat diukur dari : (1) Ketertarikan anggota secara interpersonal pada satu sama lain, (2) Ketertarikan anggota pada kegiatan dan fungsi kelompok, (3) Ketertarikan anggota pada kelompok sebagai alat untuk memuaskan kebutuhannya

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### a. Hubungan Antara Kegiatan Kopi Darat Komunitas Bukalapak (X) dengan Kohesivitas Kelompok (Y)

**TABEL 1.** HUBUNGAN ANTARA KEGIATAN KOPI DARAT KOMUNITAS BUKALAPAK (X) DENGAN KOHESIVITAS KELOMPOK (Y)

Variabel	$r_s$	$\alpha$	Sig	Keputusan	Derajat Keeratan
X dan Y	0,862	0,05	0,000	Ho ditolak	Sangat Kuat

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2020.

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara kegiatan Kopi Darat komunitas Bukalapak dengan Kohesivitas Kelompok, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa besarnya antara kegiatan Kopi Darat komunitas Bukalapak dengan Kohesivitas Kelompok adalah 0.862. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan dari sub variabel pertama, diketahui terdapat hubungan antara Aktivitas ( $X_1$ ) dengan variabel kohesivitas kelompok (Y). Dimana hasil uji korelasi menunjukkan bahwa nilai korelasinya adalah sebesar 0.598. Nilai koefisien korelasi tersebut termasuk dalam kategori cukup kuat.

Pada hasil pengujian hipotesis sub variabel kedua, diketahui terdapat hubungan antara Interaksi ( $X_2$ ) dengan variabel kohesivitas kelompok (Y). Dimana hasil uji korelasi menunjukkan bahwa nilai korelasinya adalah sebesar 0.813. Nilai koefisien korelasi tersebut termasuk dalam kategori sangat kuat.

Selanjutnya pada hasil pengujian hipotesis sub variabel ketiga, diketahui terdapat hubungan antara Perasaan ( $X_3$ ) dengan variabel kohesivitas kelompok (Y). Dimana hasil uji korelasi menunjukkan bahwa nilai korelasinya adalah sebesar 0.818. Nilai koefisien korelasi tersebut termasuk dalam kategori sangat kuat.

Berdasarkan uji korelasi Rank Spearman setelah dilakukan pengujian dengan bantuan aplikasi SPSS statistik 23 diperoleh koefisien korelasi sebesar 0.862 dan dikategorikan sangat kuat menurut interpretasi koefisien korelasi [2].

Kegiatan Kopi Darat yang diadakan oleh Komunitas Bukalapak ini merupakan kegiatan yang sudah disusun dengan baik oleh para anggota dan *rangernya*. Sehingga kegiatan kopi darat tersebut tidak hanya produktif, tetapi juga menyenangkan bagi para anggota Komunitas Bukalapak dalam setiap kegiatan juga sangat baik tidak hanya dari kerutinan anggota dalam mengikuti kegiatan kelompok, tetapi juga jenis kegiatan yang diikuti. Beberapa anggota komunitas secara langsung pula ikut berpartisipasi aktif dan membatu setiap kegiatan. Fakta ini menunjukkan kesungguhan anggota komunitas dalam hal ini para UKM untuk bisa menjadi pembisnis *online* yang sukses.

Berawal dari interaksi yang rutin mereka lakukan dalam kegiatan berkelompok, anggota Komunitas Bukalapak ini mulai memupuk hubungan persahabatan, saling berbagi cerita pengalaman, saling membantu satu sama lain. Berdasarkan hasil statistik penulis, interaksi yang terjadi bernilai positif tidak hanya segi ketergantungan dan saling meanggapi, namun juga mengindikasikan kenyamanan dan kesenangan mereka dalam berkomunikasi satu sama lain.

Dengan adanya aktivitas, interaksi, serta sentimen positif antaranggota komunitas, maka selanjutnya akan timbul rasa tanggung jawab dan kebersamaan atau keterikatan. Hal ini disebut juga dengan kohesivitas kelompok. Menurut Walgito, Kohesivitas adalah saling tertariknya atau saling senangnya anggota satu dengan yang lain dalam kelompok [3]. Maka dari itu kohesivitas kelompok (kekompakan) erat hubungannya dengan kepuasan anggota kelompok, makin kohesif dan makin loyal pula. Sedangkan Yuniasanti (2010) berpendapat bahwa kohesivitas adalah ketertarikan anggota kelompok untuk tetap bersatu, adanya kebersamaan, merasakan perasaan anggota lain dan memiliki suasana emosional yang positif. Adapun menurut Collins dan Raven, kohesi kelompok didefinisikan sebagai kekuatan yang mendorong anggota kelompok untuk tetap tinggal dalam kelompok, dan mencegahnya meninggalkan kelompok [4].

Hasil penelitian ini selaras dengan Teori Internal dan Eksternal dari George Caspar Homans yang berasumsi "Semakin banyak aktivitas dan sentiment atau perasaan yang ditularkan pada orang lain dan semakin banyak sentiment seseorang dipahami orang lain, maka semakin banyak ditularkannya aktivitas dan interaksi-interaksi." (Homans, 1950 dalam Toha, 1983:70-71)"

Penjelasan tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini

bahwa kegiatan kopi darat yang dalam hal ini termasuk ke dalam komunikasi kelompok dan kohesivitas kelompok memiliki hubungan yang saling mempengaruhi. Hasil dari penelitian ini dapat mendukung penelitian-penelitian yang sebelumnya, yang dimana penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara kegiatan kelompok dengan kohesivitas kelompok.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan positif antara aspek aktivitas *sharing session* pada kegiatan kelompok berhubungan cukup kuat dengan kohesivitas kelompok. Aspek aktivitas *sharing session* pada kegiatan kelompok dapat dicirikan dengan tingkat partisipasi aktif, peran dan tugas anggota pada setiap kegiatan kopi darat Bukalapak.
2. Terdapat hubungan positif antara aspek interaksi pada kegiatan kelompok berhubungan sangat kuat dengan kohesivitas kelompok. Aspek interaksi pada kegiatan kelompok dapat dicirikan dengan saling ketergantungan, saling menanggapi dan intensitas melakukan diskusi.
3. Terdapat hubungan positif antara aspek perasaan/sentiment pada kegiatan kelompok berhubungan sangat kuat dengan kohesivitas kelompok. Aspek perasaan pada kegiatan kelompok dapat dicirikan dengan perasaan senang, sedih, percaya diri para anggota komunitas Bukalapak.

#### V. SARAN

##### A. Saran Teoritis

1. Bagi penelitian selanjutnya dengan materi dan objek yang sama, akan lebih baik jika tema serta isi penelitian lebih mendalam dan detail dibandingkan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar lebih peka melihat faktor-faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini, yang dapat meningkatkan kemungkinan hubungan antarvariabel yang lebih tinggi. uk berdasarkan iklan yang disaksikannya.

##### B. Saran Praktis

1. Berdasarkan hasil penelitian, legitimasi merupakan subvariabel yang memiliki nilai koefisien korelasi yang tidak termasuk ke dalam kategori cukup kuat yaitu sebesar 0,598. Subvariabel tersebut adalah hubungan antara aktivitas *sharing session* dengan kohesivitas kelompok. Berdasarkan data tersebut dapat disarankan kepada Komunitas Bukalapak harus lebih berusaha meningkatkan lagi kualitas komunikasi untuk anggotanya agar lebih aktif

- berpartisipasi dan melaksanakan tugas.
2. Sebaiknya acara kegiatan kopi darat ini lebih sering diadakan menjadi 1 bulan sekali agar antaranggota lebih saling mengenal dan mempererat tali silaturahmi antaranggota.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Goldberg, Alvin A. and Carl E. Larson. 2011. *Komunikasi Kelompok: Proses-proses Diskusi Dan Penerapannya*. Jakarta : Penerbit Universitas Indonesia.
- [2] Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- [3] Walgito, B. 2007. *Psikologi Kelompok*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- [4] Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [5] Carolina Nitimihardjo, dan Jusman Iskandar. 1993. *Dinamika Kelompok*. Bandung: Kopma STKS
- [6] Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta : Profesional Books.
- [7] Thoha, Miftah. 1983. *Prilaku Organisasi : Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- [8] Surya, Tommy. 2016. "Komunikasi Kelompok Komunitas *Enlightened Ingress* Surabaya dalam Program *Fun Ingress*", dalam *Jurnal E-Komunikasi* Vol. 4, No.1 .