

Persepsi Sistem E-Business terhadap Jual Beli Online Shopee pada Mahasiswa: Studi pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara

Muhammad Resty Fauzi¹, Silvia Fransiska², Nurbaiti³

^{1,2,3}UIN Sumatera Utara

muhammadrestyfauzi31@gmail.com¹, silvia060102@gmail.com²,

nurbaiti@uinsu.ac.id³

ABSTRACT

This study describes how the effect of the e-business system on Shopee online shopping transactions on students (Study on Febi Students, Islamic Banking Department, UIN North Sumatra). This study aims to determine how satisfied the Shopee online transaction is for Febi students majoring in Islamic Banking. The focal point in the discussion of this research is the description, price, level of service, and experience gained from both the seller and the courier of goods. This research was conducted using a qualitative descriptive method on students using Online Shopee and using a research theory in the form of Constructive Perception Theory. The results based on the research stated that there were students' perceptions of: (1) Overview; the expected product quality 4 students were not satisfied because the quality of the goods ordered was not in line with what they saw on Shopee and 13 students were satisfied with the expected product quality. (2) Price, from the quality of the product students are satisfied with the price, students are satisfied and do not feel burdened by the prices listed at Shopee. (3) the quality of service, 5 students were relatively satisfied with the service of employees/employees, and 5 students were not satisfied because the behavior and delivery program were less practical and subtle. (4) During service, students are satisfied with the delivery of goods, because they do not wait too long or it can be said that they are on time.

Keywords: Perception, E-business, Online Shopping, Shopee

ABSTRAK

Dalam penelitian ini mendeskripsikan mengenai bagaimana pengaruh sistem e-business terhadap transaksi belanja online Shopee pada mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Febi Jurusan Perbankan Syariah UIN Sumatera Utara), bertujuan mendapatkan informasi keleluasaan dalam melakukan transaksi online Shopee pada mahasiswa Febi jurusan Perbankan Syariah. Adapun titik fokus pada pembahasan penelitian ini adalah mengenai gambaran, harga, tingkat pelayanan, serta pengalaman yang didapatkan baik dari pihak penjual maupun dari pihak kurir barang. Penelitian ini dilakukan dengan penggunaan metode deskriptif kualitatif dikalangan mahasiswa dan menggunakan teori pengamatan berupa Teori Persepsi Konstruktif. Hasil adanya penelitian/pengamatan menyatakan adanya pemahaman mahasiswa terhadap: Gambaran; diharapkan 4 mahasiswa cukup puas sebab mutu barang yang dipesan tidak sinkron dengan yang mereka lihat pada Shopee serta 8 mahasiswa puas akan kualitas produk yang diharapkan. (2) Harga, dari mutu produk mahasiswa puas tentang harga, mahasiswa merasa puas serta tidak merasa terbebani dengan harga yang terdapat di Shopee. (3) mutu pelayanan, 3 mahasiswa relatif puas pada pelayanan pegawai/karyawan, serta 5 mahasiswa tidak begitu puas sebab perilaku serta acara penyampaian yang kurang praktis dan halus. (4) Saat pelayanan, mahasiswa puas pada pengiriman barang, sebab tidak terlalu lama menunggu atau dapat dikatakan tidak melebihi batas waktu yang ditentukan.

Kata Kunci: Persepsi, E-business, Belanja Online, Shopee

PENDAHULUAN

Kecanggihan teknologi pada zaman modern saat ini telah maju dan sangat berkembang pesat. Yang membuat masyarakat milenial mendapatkan dampak terhadap perkembangan teknologi internet. Teknologi internet sudah berkembang sebagai alat penginformasian serta pengkomunikasian yang tidak mungkin dapat dihindarkan. Dengan timbulnya penggunaan internet maka akan membuat aktivitas ataupun kegiatan manusia akan semakin sangat mudah cepat, dan praktis.

Di era zaman modern ini, pasar yang lagi ramai dipergunakan ialah aplikasi belanja online Shopee. Shopee artinya e-commerce sebuah perusahaan yang langsung berada di bawah pantauan SEA grup, perusahaan internet pada Asia Tenggara. Aplikasi belanja online ini pertama diperkenalkan di negara Singapura ditahun 2015 yang naungi oleh beberapa negara Asia seperti Malaysia, Filipina, Taiwan, Thailand, Vietnam, serta Indonesia.

Adapun salah satu kemudahan yang dapat dirasakan ketika bisa berbelanja ialah dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun mereka berada dengan penggunaan waktu yang sangat fleksibel. Transaksi jual beli online merupakan sebagai ekspresi dominan di berbagai kalangan baik dari anak-anak, remaja, orang tua maupun mahasiswa semenjak adanya kecanggihan teknologi yang begitu pesat, serta luasnya daya jangkauan sebagai nilai lebih dalam praktik perdagangan dan usaha yang berbasis internet.

Akan tetapi tidak hanya kemudahan dan kecanggihannya saja, banyak dari mahasiswa/i yang mengeluhkan kualitas barang yang diterima, terkadang pesanan tidak sesuai dengan ekspektasi. Ada juga yang mengalami keterlambatan dalam pengiriman barang. Jadi sebagian masyarakat khususnya mahasiswa/i banyak yang merasa jual beli online sangat membantu seperti aplikasi shopee yang mempermudah sebagai mahasiswa/i untuk belanja tanpa susah payah mencari barang yang diinginkan, tinggal buka aplikasi suda bisa belanja, tetapi sebagian ada yang merasa belanja online tidak memuaskan, dikarenakan barang yang datang tidak sesuai dengan yang dipesan sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan terhadap Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah UIN Sumatera Utara angkatan 2020 dan 2021 ternyata terdapat beberapa mahasiswa yang sering melakukan transaksi pembelian online Shopee. Dikarenakan adanya daya tarik terhadap mahasiswa khususnya di awal tanggal muda maupun diakhir tanggal tua. Banyaknya daya tarik yang dilakukan dari pihak penjual seperti adanya potongan harga terhadap produk yang ia jual, penggratisan ongkos kirim di berbagai wilayah serta adanya sikap yang sangat baik dan ramah yang dilakukan oleh pemilik toko ataupun karyawannya sehingga membuat banyak masyarakat ataupun mahasiswa nyaman ketika ingin melakukan transaksi belanja online di Shopee dan itu semua dapat kita nilai di beberapa kolom komentar setiap pemilik toko.

Jadi fungsi dari jual beli online seperti shopee yaitu untuk mempermudah seseorang melakukan pembelian tanpa susah payah mencari barang yang diinginkan, shopee membantu mahasiswa/i juga untuk mempermudah pembayarannya, seperti dengan menggunakan shopee pay later mulai dari mencicil harga barang yang dipesan.

Berdasarkan adanya paparan dari latar belakang tersebut, peneliti mengasumsikan untuk melakukan penelitian terhadap toko online Shopee yang digunakan untuk objek penelitian, dengan tujuan agar mendapatkan informasi mengenai seperti apa kualitas pelayanan, gambaran, serta kegiatan pelayanan dari online shoppe disaat melakukan pembelian. Maka dengan ini peneliti tertarik untuk mengangkat tema ini yaitu Persepsi Sistem E-Business Terhadap Jasa Belanja Online Shopee Pada Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Febi UIN Sumatera Utara).

TINJAUAN TEORITIS

PERSEPSI

Persepsi merupakan pemahaman seseorang atas suatu informasi atau pendapat yang dikemukakan atas sesuatu yang terjadi. Bisa jadi dari peristiwa, gejala, atau kejadian yang didapat dan diproses oleh akal pikiran. Misalkan persepsi itu dimaknakan sebagai perasaan yang terdapat pada diri seseorang yang diperoleh dari hasil penafsiran akan dirinya dan di sekitarnya. Contoh lain dari persepsi yaitu rasa rendah diri seseorang yang mungkin atau bisa jadi didapatkan dari hasil penafsiran dirinya dan lingkungan sekitar. Jadi pemahaman atau pendapat seseorang dari apa yang dilihatnya atau dirasakannya itu sangat dibutuhkan. Seperti pemahaman terhadap perkembangan hidupnya yang membuat diri yakin dan mudah untuk melakukannya. Maka semakin positif persepsi seseorang itu akan membuat sikap juga positif, begitupun sebaliknya.

Menurut Purwodarminto (1990:759), mengemukakan bahwasanya ketika seseorang ingin melakukan sebuah persepsi terhadap pelanggan baik itu dari satu atau banyaknya pelanggan maka seorang penjual atau entrepreneur harus bisa memperhatikan dari segala aspek penginderaan seperti aspek penglihatan, pendengaran maupun penginderaan yang lainnya. Dengan tujuan agar menumbuhkan kesadaran terhadap lingkungan sekitarnya, menumbuhkan kesadaran untuk setiap kebutuhan seperti kebutuhan terhadap produk-produk baik untuk dikonsumsi maupun digunakan sehari-hari.

Persepsi pelanggan terhadap produk serta jasa berdasarkan Purwodarminto terkait menggunakan aspek:

1. Tarif kepentingan pelanggan
2. Pelanggan
3. Penilaian

Adanya pemrosesan persepsi terhadap jasa yang dilakukan pada sebuah pembelian online Shopee merupakan hal yang begitu lumrah. Kegiatan jasa dilakukan ketika seorang konsumen membelanjakan uangnya terhadap jasa online tersebut agar dapat memenuhi kebutuhannya dengan cepat, mudah dan praktis. (Rangkuti, 2006: 33)

E-BUSINESS

E-business ini merupakan kegiatan bisnis yang menggunakan akses internet sebagai sarana komunikasi dan transaksi. E-business ini dasarnya sama dengan bisnis pada umumnya, hanya saja kegiatan bisnis ini menggunakan basis internet. E-

business dapat membantu sebuah perusahaan untuk berhubungan dengan sistem pemrosesan data internal maupun eksternal agar lebih efisien dan fleksibel. Bentuk dari e-business juga sangat banyak dipakai untuk melakukan hubungan bisnis antara suatu perusahaan dengan konsumen untuk memenuhi permintaan dan melayani kepuasan pelanggan/konsumen secara lebih baik dan mudah. Cakupan dari e-business ini sangatlah luas, tidak hanya berfokus pada proses jual beli online saja. E-business mencakup semua aktivitas atau kegiatan usaha yang dilakukan oleh media digital elektronik. E-commerce menggunakan internet, web atau media elektronik lainnya untuk transaksi bisnis. Yang mana tujuan dari e-business ini yaitu untuk mendukung kegiatan marketing, accounting, financing, produksi dan human resource management. Kegiatan online ini memegang peran penting dalam e-business.

BELANJA ONLINE

Belanja online dapat diartikan sebagai perdagangan digital yang mengacu pada aktivitas pemanfaatan teknologi komunikasi contohnya adalah internet (Grant & Meadows, 2008). Perdagangan digital diartikan sebagai bentuk kegiatan transaksi perniagaan barang atau jasa (perdagangan barang dan jasa) dengan memakai sistem digital.

Pada E-commerce tersebut ada perniagaan yang dilakukan melalui teknologi internet yaitu pada bisnis terhadap konsumen (BC2) serta bisnis ke bisnis (B2B) serta perdagangan menggunakan pertukaran informasi tertata secara digital (Ustadiyanto, 2002). Pada umumnya, dengan adanya penggunaan transaksi secara individu dapat dilakukan dengan penggunaan atau pemanfaatan teknologi internet.

Hal yang dapat dilakukan seorang customer atau pembeli adalah dengan melihat atau mengecek produk-produk yang ingin dibeli. Setelah itu, seseorang dapat melihat deskripsi yang telah penjual cantumkan serta kita juga dapat melihat komentar-komentar maupun penilaian berupa penilaian bintang baik dari bintang 1 sampai bintang 5. Kemudian pembeli juga dapat menentukan produk mana yang sesuai terhadap produk-produk yang dibutuhkan dari toko tersebut dengan penggunaan sistem media elektronik.

Kecanggihan terhadap teknologi komunikasi bermakna pada alat perangkat keras pada sebuah instruktur komunitas terhadap nilai-nilai kemasyarakatan (sosial) yang akan membuat setiap orang mengumpulkan, pemrosesan, dan bertukar informasi dengan orang lain (Abrar, 2003). Jika diartikan secara luas, adapun makna pengertian mengenai teknologi informasi, yang ditemukan oleh Abrar telah ada, antara lain:

- 1) Teknologi komunikasi merupakan alat
- 2) Teknologi komunikasi ditemukan pada suatu struktur perekonomian, sosial masyarakat, serta kepolitikan.
- 3) Teknologi komunikasi menyampaikan nilai-nilai kegiatan perekonomian, sosial masyarakat, serta kepolitikan.
- 4) Teknologi komunikasi mampu meningkatkan kebutuhan alat-alat untuk manusia, terutama perihal kemampuan pendengaran serta penglihatan.

PROFIL SHOPEE

Shopee adalah pasar online yang dimiliki oleh PT. Garena Indonesia dengan memakai proses jual beli melalui ponsel terhadap konsep belanja media sosial. Shopee memberikan aneka macam-macam produk mulai dari produk fashion hingga menggunakan produk buat kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir pada bentuk perangkat lunak seluler buat menyampaikan lebih mudah di pengguna pada melakukan aktivitas belanja online tanpa wajib membuka situs web melalui perangkat komputer pribadi. Shopee masuk ke pasar Indo di akhir bulan Mei 2015 serta mulai beroperasi di akhir Juni 2015,sertapertama kali diperkenalkan pada Singapura pada 2015. Shopee merupakan anak perusahaan asal Garena yang berbasis pada Singapura. Shopee tidak hanya terdapat pada Indonesia akan tetapi pula ada di beberapa Negara pada daerah Asia Tenggara seperti Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina, serta Indonesia sendiri. Shopee Indonesia beralamat pada menara Wisma 772, jalan Letjen. S. Parman, Palmerah, DKI Jakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berisikan penjelasan mengenai objek yang diteliti berdasarkan data primer yang diperoleh melalui hasil wawancara pada beberapa mahasiswa uinsu. Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif analisis. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberi data yang teliti tentang manusia, keadaan, atau gejala lainnya. Metode deskriptif ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran yang baik, jelas, dan dapat memberikan data seteliti mungkin tentang objek yang diteliti.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan selain wawancara adalah dengan menyebarkan kuisioner terhadap beberapa mahasiswa uinsu sebagai sarana untuk mengumpulkan data secara kualitatif. Buku-buku, jurnal, artikel, dan sumber tertulis lainnya dapat dijadikan landasan atau sumber data pelengkap mengenai konsep dan teori yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dari pembahasan mengenai penelitian di atas adalah peneliti ingin mengetahui Persepsi Mahasiswa pada jasa belanja online Shopee (Studi di Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Febi UIN Sumatera Utara) dari 17 mahasiswa yang diwawancarai, ada beberapa tanggapan yang didapatkan seperti mahasiswa mengatakan puas, relatif puas, serta tidak puas berdasarkan pengalaman yang masing-masing mereka dapatkan saat berbelanja atau bertransaksi di jual beli online Shopee. Penekanan terhadap penelitian ini ialah berupa gambaran produk, harga, kualitas pelayanan.

Berdasarkan teori yang dikemukakan Purwodarminto (1990:759) yakni adanya gambaran perasaan yang suka atau tidak sukanya terhadap kualitas produk ataupun harga yang dicantumkan pada tiap produk tersebut. Hal ini menjadi saran dan kritikan terhadap pemilik toko ataupun karyawan, agar lebih mengutamakan selera dan kenyamanan para pembeli agar tetap bertahan atau menjadi pelanggan yang tetap terhadap toko online tersebut.

Adanya masukan-masukan yang didapatkan seharusnya dapat membuat para enterpreneur menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya, seperti membuat model produk yang kesannya mewah tetapi sederhana, menghasilkan manfaat yang baik atau dapat dibuat sesuai harga yang dicantumkan, agar membuat para pembeli tertarik, tidak kecewa terhadap produk yang dipasarkan. Karena hal yang sering terjadi adalah tidak sesuainya gambar yang tertera terhadap ekspektasi orang-orang yang melihatnya sehingga menimbulkan banyaknya kekecewaan.

Yang pertama asal segi enam gambaran sebagian mahasiswa berkata puas akan produk/kualitas barang serta sebagian kurang puas sebab kualitas produk yang kurang indah, kedua harga relatif puas sinkron menggunakan kantong ser ta terjangkau oleh Mahasiswa, ketiga puas akan kualitas pelayanan dan terdapat juga kurang puas. Keterampilan pula mampu menjangkau mereka mampu memberikan yang digunakan jelas serta menyampaikan isu yang diharapkan mahasiswa kurang puas, mirip yang dikatakan saudara DL 20 Tahun “mengenai kualitas pelayanan yang diberikan Online Shopee saya merasa kurang puas contoh penerangan berita wacana barang atau produk yang ingin dikirim, waktu mereka menyampaikan penerangan secara singkat itu membuat saya kurang mengerti serta susah saya mengerti. Saudara DM 21 tahun berkata puas “ya saya merasa puas pada sikap karyawan bisa melayani dengan baik tidak terlalu lama cepat oleh petugas serta pegawai Shopee. keempat momen pelayanan, mahasiswa berkata puas, sinkron menggunakan waktu yang dipengaruhi. Pengiriman barang tidak pernah bermasalah Barang hingga sinkron saat yang ditentukan. Barang yang hingga pula pada keadaan baik. Pada 2 orang yang merasakan hal yang tidak sama sebab perilaku pelayanan berasal dari pihak Shopee kurang memuaskan waktu menyampaikan penerangan secara jelas, sebagai akibat menghasilkan konsumen susah mengerti serta tahu. Padahal ini kunci kualitas pelayanan di Online shopee masih kurang pada penerangan berita tentang pengiriman atau kualitas barang tadi serta karyawan Shopee pula tanggapannya lama. Mungkin salah satu faktornya yaitu pegawai/karyawan Shopee yang masih baru dan belum mengerti benar bagaimana melayani konsumen dengan baik. Bila pelayanan mereka jauh lebih baik mungkin Shopee mampu cepat diketahui banyak orang sebab kualitas penjualan tinggi rendahnya dipengaruhi oleh baik pelayanannya tersebut.

Maka masukan serta saran sepuluh informan mengatakan pihak penting Shopee buat melihat setiap review berasal konsumen yang sudah mereka tuliskan pada kolom komentar jadi pihak Shopee mengetahui hal-hal yang wajib diperbaiki jadi konsumen merasa puas serta merasa dilayani menggunakan baik. Maka berasal itu Shopee Online harus lebih juga menaikkan kualitas barang serta terutama pada pelayanan yang diberikan untuk para konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dipaparkan di atas, peneliti dapat memberikan simpulan mengenai Persepsi Mahasiswa di Jasa Belanja Online Shopee (Studi pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Febi UIN Sumatera Utara)) yaitu :

1. Gambar produk. Adanya gambaran produk yang baik akan memberikan kesan positif terhadap pembeli dan penjual. Pada penelitian ini peneliti mengemukakan bahwasanya ada 8 orang mahasiswa yang puas, 4 mahasiswa cukup luas dan 5 mahasiswa yang tidak puas.
2. Harga produk. Dengan adanya harga yang terjangkau makan akan membuat orang yang melihat tertarik pada produk yang di pasarkan agar dapat bersaing dengan produk tokonya lain.
3. Pelayanan. Salah satu hal terpenting di dalam membuka usaha atau bisnis adalah menciptakan kualitas pelayanan yang prima. Hal tersebut bisa dilihat pada kolom komentar yang pembeli ajukan terhadap toko. Dari hal tersebut bisa menjadi perhatian khusus bagi penjual agar dapat melakukan perbaikan-perbaikan yang lebih baik lagi ke depannya.
4. Mampu menciptakan keramahan, kesopanan, serta etika di dalam menciptakan suatu usaha yang maju dan berkembang.
5. Mengutamakan keselarasan dan kenyamanan terhadap pembeli agar dapat menambah nilai plus bagi toko, agar tidak dinilai dengan hal-hal yang negatif.

SARAN

1. Peneliti ingin mengajukan beberapa saran dan masukan terhadap penjual online di aplikasi manapun khususnya pada aplikasi Shopee agar lebih mengutamakan keselarasan dan kenyamanan terhadap pembeli.
2. Membuat ke kreatifan dan keinovatifan terhadap produk yang dipasarkan.
3. Harga dapat disesuaikan terhadap jenis-jenis barang yang dipasarkan.
4. Untuk segi pemotretan atau gambar lebih dimaksimalkan agar lebih menarik peminat pembeli.
5. Menciptakan keramahan, kesopanan, serta etika didalam kegiatan transaksi jual beli.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Ana Nadhya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Bajari, A. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi-Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hartaji, Damar A. (2012). *Motivasi Berprestasi pada Mahasiswa yang Berkuliah dengan Jurusan Pilihan Orang Tua*. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma (tidak diterbitkan).
- Kotler, P. dan Kevin L, K. 2016. *Marketing Management, 15th Edition New Jersey*: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Koufaris, Marios & William Hampton-sosa, 2002, *Initial Perceptions of Company Trustworthiness Online: A Comprehensive Model And*.
- Littlejohn, S, W., dan Karen A. F. 2009. *Teori Komunikasi, Edisi 9*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Magdalena Asmajasari, 1997. *Study Periklanan dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*, Malang: UMM Press.
- Meleong, J, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi Bandung. PT.

VISA: Journal of Visions and Ideas

Vol 3 No 2 (2023) 324-331 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643

DOI: 47467/visa.v3i2.2726

Remaja Rosdakarya.

Miles, B. Mathew dan Michel Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.

Resnick, M. L & Montania, R., 2003, *Perceptions of Customer Service, Information Privacy and Product Quality From Semiotic Design Features In A Online Web Store*, International Journal of Human-Computer Interaction.

Sendjaja, S. D. 1993. *Pengantar Komunikasi*. Jakarta Universitas Terbuka.

Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2012. *Pemasaran Global Konteks Offline dan Online*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.