

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Shopee adalah salah satu platform yang memfasilitasi antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi secara online. Shopee merupakan perusahaan asal Singapura yang diluncurkan pertama kali pada tahun 2015. Platform belanja online ini menunjukkan perkembangannya yang begitu pesat, dengan segala strateginya untuk menarik minat konsumen. Sepanjang tahun 2022 hingga pertengahan 2023, Shopee masih menjadi *e-commerce* nomor 1 di Indonesia dilihat dari total unduhan pada aplikasi ini dan kunjungan terbanyak pada Mei 2023 yang mencapai 161 juta pengunjung.¹



Gambar 1. 1 Grafik E-Commerce Dengan Kunjungan Paling Banyak di Indonesia

Sumber: KataData.DataBooks

¹ Stella Maris, "Hasil Survei Menunjukkan, Shopee Masih Jadi Nomor 1 Sebagai Platform Belanja Online Terfavorit," Liputan6.Com, 2023, <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5329028/hasil-survei-menunjukkan-shopee-masih-jadi-nomor-1-sebagai-platform-belanja-online-terfavorit?page=2>.

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa sepanjang Tahun 2023 Shopee menjadi *e-commerce* yang paling sering dikunjungi di Indonesia, diikuti oleh Tokopedia di urutan ke dua dan lazada diurutan ke tiga.

Saat ini konsumen memiliki banyak pertimbangan sebelum melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler & Amstrong, Keputusan pembelian adalah sebuah tahapan proses yang dilalui konsumen sebelum mengambil keputusan dalam melakukan pembelian. Proses pengambilan keputusan ini akan berpengaruh terhadap individu dalam proses mendapatkan suatu barang yang ditawarkan.²

Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan belanja online. Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu menunjukkan hasil bahwa salah satu yang mempengaruhi keputusan belanja secara online adalah metode pembayaran. Dalam penelitian yang dilakukan Vira Rahmadayanti dkk.³ Menyatakan setidaknya ada tiga faktor yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan belanja secara online yaitu kualitas website, *review product* dan ke, yang di mana ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online di e-commerce Shopee.

Kemudahan dalam transaksi di *e-commerce* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan kemudahan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti penelitian yang dilakukan oleh

² Handayani, "Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping," *Universitas Gunadarma Jurnal* 15, no. 4 (2021): 58–66.

³ Vira: Pristiyono: Zurkarnai Nasution Rahmadayanti, "STRATEGI KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM BELANJA ONLINE MELALUI APLIKASI SHOPEE," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 11, no. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/issue/view/20> (2022): 215–23, <https://doi.org/https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.670>.

Muhamad Ismail dkk⁴, yang menyatakan bahwa kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu terdapat penelitian yang dilakukan oleh Ni Kadek Devi Aprilia, yang menyatakan bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk, kemudahan, kualitas informasi dan kepercayaan konsumen⁵

Metode pembayaran yang mudah digunakan dan efisien tentu menjadi salah satu faktor konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian. Saat ini Shopee menjadi salah satu *e-commerce* yang menyediakan berbagai fitur pembayaran yang bisa digunakan oleh penggunanya. Terdapat berbagai metode pembayaran yang bisa dipilih oleh konsumen Shopee, seperti *Cash on Delivery* (COD), *Pay Later*, Transfer Bank, SeaBank dan masih banyak lagi. Tentunya diantara semua fitur yang tersedia memiliki keunggulan masing-masing, tinggal bagaimana konsumen memilih sesuai dengan fitur yang dirasa cocok untuknya.

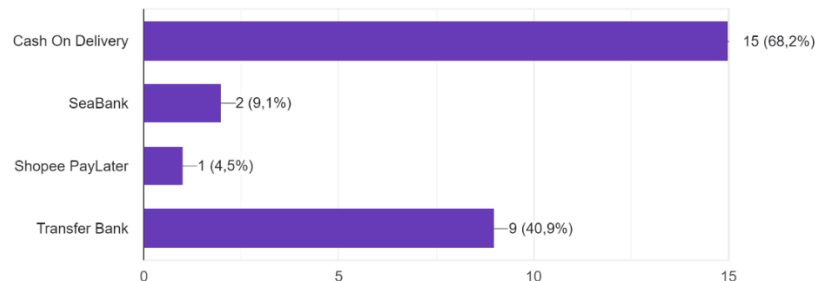
Dalam penelitian ini, penulis melakukan mini survey sebagai langkah awal untuk mengetahui metode pembayaran apa yang sering digunakan oleh konsumen Shopee dengan memberikan empat pilihan metode pembayaran. Riset awal ini dilakukan di lingkungan kampus Universitas Siliwangi, di mana responden dalam survey ini yaitu Mahasiswa Universitas Siliwangi yang merupakan konsumen Shopee.

⁴ Muhammad Ismail et al., “Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Online Marketplace Pada Mahasiswa Universitas Hasanuddin,” *SEIKO: Journal of Management & Business* 5, no. 1 (2022): 2022–71, <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1831>.

⁵ Ni Kadek Devi Aprilia Agustini, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 9, no. 1 (2017): 127, <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19997>.

Dari beberapa metode pembayaran Yang Tersedia di Shopee, manakah metode pembayaran yang lebih anda sering gunakan?

22 jawaban



Gambar 1. 2 Metode Pembayaran Yang Paling disukai Konsumen Shopee,

Sumber: dikelola penulis, 2024

Dari hasil survey tersebut memberikan gambaran bahwa sistem COD menempati urutan pertama dalam metode yang pembayaran yang sering digunakan oleh konsumen Shopee khususnya mahasiswa Universitas Siliwangi dengan 68% suara dari total responden yang mengisi kuisioner tersebut. Sementara di urutan kedua ada transfer Bank, lalu diikuti oleh SeaBank dan yang terakhir PayLater.

Cash on Delivery (COD) merupakan sebuah metode pembayaran di mana mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung dengan waktu yang telah ditentukan. Dalam konteks *e-commerce* COD merupakan metode pembayaran di tempat setelah menerima pesanan dari kurir yang mengantarkan barang.⁶

Metode pembayaran COD tentu sangat menarik, banyak penelitian yang dilakukan terhadap metode pembayaran ini. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Umi Amalia Nasution, Elvina Harahap dan Mulya Rafika yang menyatakan

⁶ Muhamamad Idris, "COD Artinya Cash on Delivery, Begini Cara Kerjanya," *Kompas.Com*, 2022, <https://money.kompas.com/read/2022/06/24/212336226/cod-artinya-cash-on-delivery-begini-cara-kerjanya>.

bahwa COD berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di aplikasi Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisni Universitas Labuhan Batu.⁷ Selain itu ada penelitian dari Tasya Salsabila Kadis dan Salim Siregar yang menyatakan bahwa variabe COD memberikan pengaruh terhadap pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian di Shopee.⁸ Dari kedua penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa metode pembayaran COD ini dapat memberikan pengaruh terhadap konsumen dalam menentukan keputusan pembelian

Pay Later merupakan salah satu metode pembayaran yang hampir mirip dengan kredit di mana pembeli bisa membayar barang dengan cara diangsur dalam jangka waktu yang ditentukan. Metode pembayaran ini tentu sangat menarik karena memberikan kesempatan kepada konsumen yang akan membeli barang tetapi belum memiliki uang untuk membayarnya. Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan terkait metode pembayaran ini, salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Nur Alfi Urfiah dan kawan-kawan, di mana dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa metode pembayaran *Pay Later* memberikan pengaruh positif dalam mempercepat keputusan pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa akuntansi UPN Veteran Jakarta.⁹ Dari penelitian

⁷ Umi Amalia Nasution, Elvina Harahap, and Mulya Rafika, "Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Sistem Pembayaran COD Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB-ULB)," *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 3, no. 2 (2022): 58–63, <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1672>.

⁸ Tasya Salsabila Kadis and Salim Siregar, "Pengaruh Flash Sale Dan Sistem Pembayaran Cash on Delivery (COD) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengikut Akun Sosial Media Tiktok Shopee Indonesia," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 3 (2023): 958–67, <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.4013>.

⁹ Nur Alfi Urfiah, Zulfa Kamila, and Yasmin Aulia Syarifah, "PENGARUH METODE PEMBAYARAN PAY LATER DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 19 Dan 20 UPN Veteran Jakarta)," *Account* 10, no. 1 (2023): 1867–74, <https://doi.org/10.32722/account.v10i1.5245>.

tersebut memberikan gambaran adanya pengaruh yang cukup signifikan dari metode pembayaran ini terhadap keputusan pembelian.

Selain metode pembayaran di atas, Transfer Bank merupakan salah satu metode pembayaran yang umum digunakan dalam transaksi di *e-commerce*. Transfer Bank sendiri merupakan metode pembayaran yang dapat dilakukan oleh pembeli dengan memindahkan sejumlah dana dari rekening pribadinya untuk melakukan pembayaran. Metode ini merupakan metode yang sangat familiar digunakan dan dapat dilakukan di mana saja dengan melalui beberapa cara seperti transfer via Anjungan Tunai Mandiri (ATM), *Mobile Banking*, *SMS Banking* atau dapat melalui *Counter Bank* secara langsung. Adapun mengenai metode pembayaran ini, penulis belum menemukan penelitian yang membahas secara khusus mengenai metode pembayaran transfer bank berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dari beberapa metode pembayaran yang tersedia, saat ini Shopee baru saja mengeluarkan metode pembayaran yang baru yaitu SeaBank. SeaBank merupakan perbankan digital berbasis aplikasi yang menawarkan layanan perbankan secara online.¹⁰ SeaBank juga merupakan salah satu perusahaan yang masih di bawah naungan Sea Group yang merupakan induk dari Shopee. Saat ini SeaBank dan Shopee menjalin kerjasama dalam menyediakan metode pembayaran yang mudah diakses oleh para pengguna Shopee, dengan menawarkan segala keunggulannya. Namun hingga saat ini belum ada penelitian yang membahas secara signifikan

¹⁰ Melvern Pradana, "Review SeaBank: Kelebihan Dan Kekurangan," *invesbro.id*, 2022, <https://investbro.id/review-seabank/>.

terkait pengaruh metode pembayaran ini terhadap keputusan pembelian pada konsumen Shopee.

Dengan beberapa metode pembayaran di Shopee yang telah dijabarkan tentu memberikan hal yang menarik bagaimana dari setiap metode pembayaran menawarkan keunggulan masing-masing yang dapat menarik minat beli konsumen. Di era yang serba digital saat ini ini, metode pembayaran menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh Shopee sebagai salah satu perusahaan *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara, baik dari segi kemudahan, kepraktisan dan lain sebagainya. Beberapa penelitian telah dilakukan terhadap beberapa metode pembayaran yang tersedia di Shopee, tentu dari setiap penelitian memiliki fokus dan tempat penelitian yang berbeda. Dari beberapa metode pembayaran yang telah dijabarkan sebelumnya, ada beberapa metode yang telah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu, dan yang menariknya ada beberapa metode pembayaran di Shopee yang masih sedikit dilakukan penelitian.

Dari hasil mini survey yang dilakukan oleh peneliti, setidaknya ada empat metode pembayaran yang paling sering digunakan oleh konsumen yaitu Pay Later, *Cash on Delivery*, Seabank dan transfer bank. Dari ke empat metode pembayaran ini menarik jika kita komparasikan metode-metode pembayaran tersebut untuk mengetahui metode pembayaran mana yang paling diminati dan sering digunakan oleh konsumen, khususnya mereka yang beragama islam. Karena pada *e-commerce* shopee terdapat metode pembayaran cicilan yang mengandung unsur bunga di dalamnya. Penelitian komparatif merupakan suatu penelitian dengan membandingkan dua variabel atau lebih untuk memahami persamaan, perbedaan

dan hubungan dari variabel tersebut juga mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya.¹¹

Tentu hal ini sangat menarik minat penulis untuk melakukan penelitian lebih dalam terkait metode pembayaran yang tersedia di Shopee, maka dari itu penulis tertarik mencoba melakukan penelitian untuk mengkomparsikan dari beberapa metode pembayaran yang tersedia di Shopee, mana metode pembayaran yang paling mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Maka judul penelitian yang akan diambil adalah “Pengaruh Metode Pembayaran Pay Later, SeaBank, Cash on Delivery dan Transfer Bank Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee (Studi Kasus Masyarakat Muslim Kota Tasikmalaya).”

B. Rumusan Masalah

Berikut ini merupakan rumusan masalah dalam penelitian yang akan dilakukan:

1. Apakah metode pembayaran Pay Later berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee?
2. Apakah metode pembayaran SeaBank berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee?
3. Apakah metode pembayaran *Cash on Delivery* (COD) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee?

¹¹ Octavia Artrisdianti; Vanya Karunia Mulia Putri Revlina, “Penelitian Komparatif: Definisi, Kelebihan, Dan Kekurangannya,” Kompas.com, 2023, <https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/11/100000369/penelitian-komparatif--definisi-kelebihan-dan-kekurangannya>.

4. Apakah metode pembayaran Transfer Bank berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee?
5. Bagaimana pengaruh keempat metode pembayaran tersebut secara simultan terhadap keputusan pembelian?

C. Tujuan Penelitian

Adapun berikut merupakan tujuan dari dilakukannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh metode pembayaran Pay Later terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee.
2. Untuk menganalisis pengaruh metode pembayaran SeaBank terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee.
3. Untuk menganalisis pengaruh metode pembayaran *Cash on Delivery* (COD) terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee.
4. Untuk menganalisis pengaruh metode pembayaran Transfer Bank terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee.
5. Untuk menganalisis pengaruh metode pembayaran *pay later*, seabank, *cash on delivery* dan transfer bank terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee.

D. Kegunaan Penelitian

Tentunya penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi akademis, penelitian ini berguna untuk menambah literatur akademis tentang sikap dan perilaku konsumen *e-commerce* dalam segi pembayaran khususnya masyarakat muslim. Dengan penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan pemahaman lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen dan menambah wawasan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi Syariah. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai media referensi untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai topik atau objek yang sama di masa yang akan datang.
2. Bagi praktis, penelitian ini berguna untuk memberikan gambaran terkait metode pembayaran yang paling mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga dapat menjadi bahan evaluasi dan proyeksi untuk pengembangan inovasi di masa yang akan datang dengan menyesuaikan metode pembayaran yang akan ditawarkan. Selain itu penelitian ini dapat berguna untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat supaya tetap bisa bersaing dengan *e-commerce* lainnya sehingga Shopee masih tetap menjadi platform belanja online yang diminati masyarakat.
3. Bagi umum, memberikan gambaran dan pemahaman terkait metode pembayaran yang disediakan oleh *e-commerce*, sehingga masyarakat umum akan terbantu sebelum melakukan transaksi di *e-commerce*.