

Pengambilan Keputusan Dalam Penggunaan Aplikasi Shopee Di Kalangan Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2019 IAIN Sorong

Anita Ratna Kusuma^{1,*}, Rabiudin²

Institut Agama Islam Negeri Sorong ^{1,2}

E-mail : anita@gmail.com¹, erdogan@iainsorong.ac.id²,

Koresponden*

Diterima : 2024-09-12

Direvisi : 2024-10-03

Disetujui : 2024-11-06

Abstract

This study analyzes the factors that affect decision-making in the use of the Shopee application among students of the Sharia Economics Study Program class of 2019 at IAIN Sorong. This study uses a descriptive quantitative approach with a sample of 47 students selected through purposive sampling. Data collection was carried out through questionnaires and observations. The results of the study show that the factors of trust, security, service quality, convenience, and benefits affect students' decisions in using Shopee. The convenience factor was found to be the most dominant factor.

Keywords: *Decision Making, Shopee, Students, Sharia Economics*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam penggunaan aplikasi Shopee di kalangan mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2019 di IAIN Sorong. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan sampel 47 mahasiswa yang dipilih melalui purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor kepercayaan, keamanan, kualitas layanan, kemudahan, dan keuntungan mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan Shopee. Faktor kemudahan ditemukan sebagai faktor yang paling dominan.

Kata Kunci: Pengambilan Keputusan, Shopee, Mahasiswa, Ekonomi Syariah

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia telah membawa dampak besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Salah satu bentuk kemajuan ini adalah e-commerce, yang memungkinkan proses jual beli barang dan jasa dilakukan secara online tanpa batasan ruang dan waktu. Di kalangan mahasiswa, khususnya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sorong, penggunaan platform e-commerce seperti Shopee semakin meningkat.

Shopee, sebagai salah satu aplikasi belanja online terpopuler, menawarkan berbagai fitur yang memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi. Namun, terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi

ini, seperti kepercayaan, keamanan, kualitas layanan, kemudahan, dan keuntungan. Faktor-faktor inilah yang menjadi fokus penelitian untuk memahami apa yang paling memengaruhi keputusan mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2019 dalam memilih Shopee sebagai platform belanja mereka.

TINJAUAN TEORITIK

Perilaku konsumen adalah ilmu yang mempelajari bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Kotler dan Keller, perilaku konsumen merupakan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian. Konsumen mempertimbangkan berbagai faktor sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa.

Menurut Peter dan Olson, keputusan pembelian adalah proses penggabungan informasi yang dimiliki oleh konsumen untuk memilih di antara beberapa alternatif. Keputusan ini didasarkan pada pengetahuan dan evaluasi konsumen terhadap produk yang ingin mereka beli.

Sangadji menambahkan bahwa keputusan pembelian adalah hasil dari serangkaian proses yang melibatkan evaluasi terhadap alternatif-alternatif yang tersedia. Proses ini meliputi beberapa tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Dalam konteks e-commerce, konsumen juga melalui tahapan yang serupa. Faktor-faktor seperti kepercayaan, keamanan, kualitas layanan, kemudahan, dan keuntungan memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di platform seperti Shopee.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian explanatory research, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel yang diteliti dan pengaruh antarvariabel tersebut. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi dan situasi terkait pengambilan keputusan mahasiswa dalam penggunaan aplikasi Shopee.

Lokasi penelitian ini adalah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sorong, khususnya mahasiswa program studi Ekonomi Syariah angkatan 2019. Populasi penelitian berjumlah 90 mahasiswa, dan sampel yang diambil sebanyak 47 mahasiswa, menggunakan metode purposive sampling. Teknik ini dipilih karena sampel yang diambil harus sesuai dengan kriteria tertentu, yaitu mahasiswa yang aktif menggunakan aplikasi Shopee.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yang diperoleh melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Data kuantitatif kemudian diukur menggunakan skala Likert, dengan lima tingkatan penilaian (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju, Sangat Setuju). Instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas dengan bantuan software SPSS.

Setelah pengumpulan data, dilakukan pengolahan data dengan proses editing, coding, dan tabulasi. Analisis data dilakukan menggunakan analisis statistik deskriptif untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dan menggambarkan distribusi data secara jelas dan terukur

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam penggunaan aplikasi Shopee di kalangan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2019 di IAIN Sorong. Berdasarkan pengumpulan data melalui kuesioner yang melibatkan 47 responden, mayoritas mahasiswa yang berpartisipasi adalah perempuan (74,5%). **Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis kelamin | N | Presentase (%) |
|---------------|----|----------------|
| Perempuan | 35 | 74,5% |
| Laki-laki | 12 | 25,5% |
| Total | 47 | 100% |

Sumber: Data diolah 2023

dengan usia terbanyak adalah 22 tahun (51,1%). Penelitian ini mengidentifikasi lima faktor utama yang mempengaruhi keputusan penggunaan Shopee, yaitu kepercayaan, keamanan, kualitas layanan, kemudahan, dan keuntungan.

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia

| Usia | N | Presentase (%) |
|----------|--------|----------------|
| 20 tahun | 3 | 6,4 % |
| 21 tahun | 1 2 | 25,5 % |
| 22 tahun | 2 4 | 51,1 % |

| | | |
|----------|---|-------|
| 23 tahun | 4 | 8,5 % |
| 24 tahun | 2 | 4,3 % |
| 25 tahun | 1 | 2,1 % |
| 26 tahun | 1 | 2,1 % |

Sumber : Data diolah 2023

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang diajukan valid, dengan nilai korelasi Rhitung yang lebih besar dari Rtabel (0,243). Uji reliabilitas juga memberikan hasil yang memuaskan dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,882, menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini cukup andal. Setiap faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dijelaskan lebih lanjut dalam penelitian ini melalui analisis distribusi frekuensi.

Tabel 4.3 Uji Validitas Pengambilan Keputusan Dalam Penggunaan Aplikasi Shopee

| Item | Rhitung | Rtabel | Keterangan |
|------|---------|--------|------------|
| X1 | 0,466 | 0,243 | Valid |
| X2 | 0,506 | 0,243 | Valid |
| X3 | 0,552 | 0,243 | Valid |
| X4 | 0,567 | 0,243 | Valid |
| X5 | 0,264 | 0,243 | Valid |
| X6 | 0,454 | 0,243 | Valid |
| X7 | 0,531 | 0,243 | Valid |
| X8 | 0,581 | 0,243 | Valid |
| X9 | 0,440 | 0,243 | Valid |
| X10 | 0,292 | 0,243 | Valid |
| X11 | 0,574 | 0,243 | Valid |
| X12 | 0,715 | 0,243 | Valid |
| X13 | 0,684 | 0,243 | Valid |

| | | | |
|-----|-------|-------|-------|
| X14 | 0,698 | 0,243 | Valid |
| X15 | 0,598 | 0,243 | Valid |
| X16 | 0,658 | 0,243 | Valid |
| X17 | 0,792 | 0,243 | Valid |
| X18 | 0,562 | 0,243 | Valid |
| X19 | 0,576 | 0,243 | Valid |
| X20 | 0,742 | 0,243 | Valid |
| X21 | 0,392 | 0,243 | Valid |

Sumber : Data diolah 2023

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .882 | 21 |

Sumber: Data diolah 2023

Faktor kemudahan terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi Shopee, dengan 48,94% responden menyatakan bahwa kemudahan akses dan penggunaan aplikasi Shopee sangat berpengaruh. Faktor ini mencakup aspek kemudahan dalam mengakses aplikasi, navigasi, serta dalam mengumpulkan informasi dan melakukan transaksi. Shopee dinilai mudah digunakan oleh mahasiswa, terutama dalam mencari produk yang diinginkan dan menyelesaikan transaksi.

Selain kemudahan, faktor-faktor lain seperti keuntungan, keamanan, kepercayaan, dan kualitas layanan juga memiliki pengaruh, namun tidak sekuat faktor kemudahan. Keuntungan yang dirasakan meliputi adanya berbagai promo, harga yang lebih terjangkau, dan fitur gratis ongkir, yang menjadikan aplikasi ini lebih menarik di kalangan mahasiswa. Faktor keamanan, yang meliputi jaminan transaksi dan kerahasiaan data, juga penting bagi para pengguna, namun bukan faktor utama yang mempengaruhi keputusan mereka.

Dari hasil analisis ini, dapat disimpulkan bahwa kemudahan menjadi faktor paling signifikan yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi Shopee. Keamanan, kualitas layanan, dan kepercayaan meskipun penting, lebih berperan sebagai faktor pendukung. Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya pengembangan fitur yang user-friendly dalam aplikasi e-commerce untuk menarik dan mempertahankan pengguna, terutama di kalangan mahasiswa.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi Shopee adalah faktor kemudahan. Kemudahan menjadi aspek yang paling penting bagi mahasiswa, karena Shopee dinilai sebagai platform yang mudah diakses, dipahami, dan digunakan untuk melakukan berbagai aktivitas belanja online. Hal ini sejalan dengan teori kemudahan penggunaan teknologi yang dikemukakan oleh Chin & Todd (1995), yang menyatakan bahwa teknologi yang dianggap mudah digunakan akan meningkatkan tingkat adopsi pengguna. Dalam konteks ini, Shopee memenuhi kriteria tersebut, sehingga mahasiswa merasa nyaman dan terbantu dengan fitur-fitur yang ada.

Faktor kemudahan tidak hanya meliputi akses ke aplikasi, tetapi juga mencakup kemudahan dalam menavigasi aplikasi, mengumpulkan informasi terkait produk, dan melakukan pembelian. Fitur seperti pencarian produk yang mudah, sistem pembayaran yang sederhana, dan tampilan antarmuka yang user-friendly memberikan pengalaman yang positif bagi mahasiswa. Selain itu, proses belanja yang cepat dan efisien membuat pengguna merasa terbantu dalam memenuhi kebutuhan mereka tanpa mengalami kesulitan yang berarti.

Selain faktor kemudahan, faktor keuntungan juga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan mahasiswa, meskipun tidak sekuat kemudahan. Keuntungan yang dimaksud dalam penelitian ini mencakup berbagai promo yang ditawarkan oleh Shopee, harga produk yang relatif terjangkau, serta adanya fitur gratis ongkir. Bagi mahasiswa, faktor-faktor ini memberikan manfaat ekonomi yang signifikan, terutama dalam menghemat biaya belanja dan mendapatkan produk dengan harga yang lebih kompetitif dibandingkan platform lain atau belanja secara offline.

Faktor keamanan juga cukup berpengaruh, meskipun perannya tidak sebesar kemudahan dan keuntungan. Mahasiswa merasa bahwa Shopee menawarkan tingkat keamanan yang memadai, terutama dalam hal transaksi dan kerahasiaan data pribadi. Sistem pembayaran yang aman, seperti metode COD (Cash on Delivery), serta adanya jaminan pengembalian uang jika terjadi kesalahan, membuat mahasiswa lebih percaya untuk menggunakan platform ini. Keamanan yang ditawarkan Shopee membantu mengurangi kekhawatiran terkait potensi penipuan dalam belanja online, yang masih menjadi salah satu masalah utama dalam e-commerce.

Faktor kepercayaan dan kualitas layanan juga mempengaruhi pengambilan keputusan, namun dengan bobot yang lebih rendah. Kepercayaan pengguna terhadap Shopee dibangun melalui pengalaman positif berbelanja, ulasan yang baik dari pengguna lain, serta reputasi platform sebagai e-commerce yang dapat diandalkan. Kualitas layanan, seperti kecepatan respons dari penjual dan keakuratan informasi produk, turut mendukung pengalaman belanja yang baik. Meskipun tidak menjadi faktor utama, kualitas layanan tetap penting dalam membentuk loyalitas pengguna terhadap Shopee.

Dari hasil penelitian ini, dapat dilihat bahwa meskipun berbagai faktor mempengaruhi pengambilan keputusan, faktor kemudahan tetap menjadi yang paling krusial. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung memilih aplikasi yang dapat memberikan pengalaman belanja yang praktis dan efisien. Shopee mampu memenuhi kebutuhan tersebut dengan menyediakan fitur-fitur yang ramah pengguna, yang pada akhirnya meningkatkan kenyamanan dan kepuasan mahasiswa sebagai pengguna.

Penelitian ini juga memberikan wawasan bagi pengembangan aplikasi e-commerce lainnya. Bagi platform lain yang ingin bersaing di pasar yang sama, fokus pada peningkatan kemudahan penggunaan dan memberikan keuntungan yang kompetitif dapat menjadi kunci sukses dalam menarik pengguna baru dan mempertahankan pengguna lama. Selain itu, menjaga aspek keamanan, kepercayaan, dan kualitas layanan tetap penting untuk menciptakan pengalaman belanja yang holistik dan menyenangkan bagi konsumen, terutama mahasiswa yang merupakan segmen pasar yang terus berkembang.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengambilan keputusan dalam penggunaan aplikasi Shopee di kalangan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2019 di IAIN Sorong, dapat disimpulkan bahwa terdapat lima faktor utama yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi ini, yaitu: kepercayaan, keamanan, kualitas layanan, kemudahan, dan keuntungan. Dari kelima faktor tersebut, faktor kemudahan terbukti menjadi faktor yang paling dominan.

Faktor kemudahan mencakup berbagai aspek, seperti akses yang mudah, navigasi aplikasi yang sederhana, serta kenyamanan dalam proses transaksi. Mahasiswa merasa bahwa Shopee adalah aplikasi yang mempermudah aktivitas belanja online mereka, terutama dalam mencari produk yang diinginkan dan menyelesaikan transaksi. Dengan presentase 48,94%, kemudahan menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan mahasiswa.

Selain kemudahan, faktor keuntungan juga memiliki peranan penting, di mana 36,17% responden menyatakan bahwa keuntungan yang didapat, seperti promo dan gratis ongkir, turut mempengaruhi keputusan mereka. Faktor ini sangat penting bagi mahasiswa, yang cenderung mempertimbangkan manfaat ekonomi dalam setiap keputusan pembelian.

Faktor keamanan dan kepercayaan juga berperan penting, meskipun dengan bobot yang lebih rendah dibandingkan kemudahan dan keuntungan. Mahasiswa merasa aman menggunakan aplikasi Shopee karena adanya jaminan transaksi yang aman dan perlindungan data pribadi. Kepercayaan terhadap Shopee dibangun melalui reputasi aplikasi dan ulasan positif dari pengguna lainnya, yang membuat mahasiswa lebih percaya dalam bertransaksi di platform ini.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kemudahan adalah yang paling berpengaruh dalam keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi Shopee, diikuti oleh faktor keuntungan, keamanan, kepercayaan, dan kualitas layanan. Bagi perusahaan e-

commerce, hasil ini memberikan wawasan untuk terus meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi dan memberikan keuntungan yang menarik bagi penggunanya, terutama di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M., A'yun, D. S., & Jamil, A. S. (2019). Pengaruh Inflasi Dan Produk Domestik Bruto (PDB) Terhadap Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) 2011-2018. *Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah Dan Ekonomi)*, 4(2), 77–89.
- Ambarwati, A. D., Sara, I. M., & Aziz, I. S. A. (2021). Pengaruh Jumlah Uang Beredar (JUB), Bi Rate Dan Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Periode 2009-2018. *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*, 4(1), 21–27. <https://doi.org/10.22225/Wedj.4.1.3144.21-27>
- Br Silitonga, R., Ishak, Z., & Mukhlis, M. (2019). Pengaruh Ekspor, Impor, Dan Inflasi Terhadap Nilai Tukar Rupiah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 15(1), 53–59. <https://doi.org/10.29259/Jep.V15i1.8821>
- Fauzi, A. (2018). Analisis Pengaruh Inflasi dan Harga Sukuk Ritel Sr-008 Terhadap Permintaan Sukuk Ritel Sr-008. *Indonesian Journal Of Islamic Economics & Finance*, 2(1), 32–44.
- Haryono, Erwin. (2024, April 24). *Kontribusi Green Sukuk Indonesia Torehkan Capaian Positif*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/pages/sp_268724.aspx
- Luhfiana, H. A. S., Ayuninggar, I. L., & Mumtaz, J. (2022). Pengaruh Inflasi Dan Suku Bunga Terhadap Pertumbuhan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi:Journal Of Economic*, 13(2), 180–188.
- Mahfiro, N., Ratno, F. A., & Pratiwi, R. (2021). Pengaruh Variabel Makroekonomi Terhadap Pertumbuhan Nilai Outstanding Sukuk Korporasi Indonesia Tahun 2016 2019. *Jurnal Imara*, 5(2), 151–165.
- Mubarokah, I., & Rahma, M. (2019). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Sukuk Ritel Seri Sr 05. *Profit : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 1–21. <https://doi.org/10.33650/Profit.V3i2.860>
- Ningsih, S., & Kristiyanti, L. (2018). Analisis Pengaruh Jumlah Uang Beredar, Suku Bunga, Dan Nilai Tukar Terhadap Inflasi Di Indonesia Periode 2014-2016. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 20(2), 96–103.
- Nurhayadi, Y., Al Azizah, U. S., & Alvarizha, F. A. (2020). Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar, Dan Yield Sukuk Ritel Terhadap Volume Perdagangan Sukuk Negara Ritel Serisr-007 Dipasar Sekunder. *Taraadin : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 84. <https://doi.org/10.24853/Trd.1.1.84-98>
- Nurlaila, M. S., & Wiguna, A. B. (2024). Analisis Pengaruh Variabel Makroekonomi Terhadap Penerbitan Sukuk Korporasi Di Indonesia. *Islamic Economics And Finance In Focus*, 3(1), 175–189. <http://dx.doi.org/10.21776/Ieff>.

- Nurmalasari, N., Safitri, S. D. A., & Reza, M. K. (2023). Pengaruh Suku Bunga, Imbal Hasil Sukuk Dan Produk Domestik Bruto (Pdb) Terhadap Permintaan Sukuk Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 58–63. <https://doi.org/10.31294/Eco.V7i1.15172>
- Rianda, C. N. (2023). Analisis Dampak Resesi Ekonomi Bagi Masyarakat. *Al-Iqtishad : Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Islam*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.47498/Iqtishad.V1i1.2211>
- Sakuntala, D., & Meliza, J. (2018). Analisis Fundamental Moneter Terhadap Perubahan Kurs Rupiah Setelah Krisis 2008. *Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu*, 1(1), 12–24.
- Swandayani, D. M., & Kusumaningtias, R. (2012). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Nilai Tukar Valas Dan Jumlah Uang Beredar Terhadap Profitabilitas Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Periode 2005-2009. *Akrual: Jurnal Akuntansi*, 3(2), 147. <https://doi.org/10.26740/Jaj.V3n2.P147-166>
- Tripuspitorini, F. A. (2021). Analisis Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar Rupiah, Dan Bi-Rate Terhadap Harga Indeks Saham Syariah Indonesia. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 4(2), 112–121. <https://doi.org/10.32627>
- Yanti, Y. W. T. F., & Soebagyo, D. (2022). Analisis Pengaruh Jub, Suku Bunga, Dan Nilai Tukar Terhadap Inflasi Di Indonesia Tahun 2005-2021. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Stie Muhammadiyah Palopo*, 8(2), 249. <https://doi.org/10.35906/Jep.V8i2.1256>