

Motif Pengguna *Shopee* dalam Membeli Barang Elektronik Secara Daring

Syihab Zuhry Haqiqy, Gabriella Leony Navtalie, Musfirah Dallah
Hadhiraatul Qudsiyah
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya
musfirah.23360@mhs.unesa.ac.id

Abstract

This search analyzes the shopping experience of Shopee users in buying electronic online product. The aim is to understand social change, things that influence purchasing decisions, user experience, and recommendations for improving Shopee's services. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach to understand the experience of Shopee users in shopping for electronic goods online. The results showed that Shopee has advantages and disadvantages, but users prefer Shopee because of low prices, promotions, ease of payment, and guarantees from authorized merchants. Users also recommend Shopee because some of Shopee's features are more sophisticated than other e-commerce, which can make it easier to find the items they want to buy.

Keywords : *Shopee; online shopping; electronic product; motives.*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengalaman belanja pengguna shopee dalam pembelian barang elektronik secara daring. Tujuannya adalah untuk memahami perubahan sosial, hal yang mempengaruhi keputusan pembelian, pengalaman pengguna, dan rekomendasi untuk meningkatkan layanan Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan fenomenologi untuk memahami pengalaman pengguna Shopee dalam berbelanja barang elektronik secara daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Shopee memiliki kelebihan dan kekurangan, namun pengguna lebih memilih Shopee karena harga murah, promosi, kemudahan pembayaran, dan garansi dari merchant resmi. Pengguna juga merekomendasikan Shopee karena beberapa fitur yang disediakan Shopee lebih maju dari pada e-commerce lain, yang bisa mempermudah mencari barang yang ingin dibeli.

Kata kunci : Shopee, belanja online, produk elektronik, motif.

1. Pendahuluan

E-commerce adalah jenis transaksi elektronik melalui internet^[6]. Hal ini memungkinkan individu yang memiliki akses ke komputer, koneksi internet, dan cara membayar barang atau jasa untuk berpartisipasi dalam transaksi *online*^[6]. Toko *online* atau dikenal juga dengan sebutan *e-commerce* adalah pasar virtual dimana konsumen dapat membeli produk atau jasa melalui *smartphone* tanpa harus datang ke tempat^[6]. Menurut penelitian terdahulu, pasar *e-commerce* di Indonesia diperkirakan akan mencapai 52% dari *e-commerce* di Asia Tenggara, dan diperkirakan pada tahun 2025, *e-commerce* di Indonesia akan mencapai \$46 miliar, dibandingkan \$1,7 miliar pada tahun 2015^[6]. Popularitas *e-commerce* disebabkan oleh kemudahannya, karena memungkinkan konsumen berbelanja kapan saja dan di mana saja, dan seringkali dengan harga lebih rendah dibandingkan toko ritel tradisional^[6].

Penelitian telah menunjukkan bahwa toko *online* berkembang sangat pesat akhir - akhir ini, penjualan offline dan entri toko langsung berkurang pesat apabila dibandingkan sebelum toko *online* ada. Toko *online* juga merupakan peluang bisnis yang sangat menjanjikan bagi banyak pedagang^[1]. Banyak sekali kemudahan yang diperoleh melalui bisnis via *online*, diantaranya yaitu akses penggunaan yang begitu mudah, modal yang diperlukan tidak terlalu besar, tidak perlu keluar rumah, dan sebagainya^[2], hal ini membuat bisnis *online* semakin diminati masyarakat. Kehadiran *e-commerce* memberikan penawaran-penawaran yang menarik bagi konsumen^[4], yaitu dengan banyaknya promo-promo, metode pembayaran yang memudahkan konsumen, gratis ongkir, harga barang yang lebih murah dan lain sebagainya, tentu akan mendorong pembelian produk yang akan menjadikan perekonomian dapat berkembang lebih cepat^[3].

Ada banyak aplikasi belanja *online* yang tersedia untuk berbelanja saat ini, salah satunya adalah *Shopee*, sebuah platform belanja *online* yang menggunakan konsep pasar *mobile-centric*. Saat ini, *Shopee* sedang banyak diminati oleh banyak kalangan, mulai dari remaja hingga orang dewasa untuk membeli berbagai macam barang. *Shopee* merupakan platform *e-commerce* yang menyediakan berbagai produk dan layanan secara *online*, termasuk produk elektronik^[5]. Seiring bertambahnya jumlah layanan belanja *online* di Indonesia, timbul pertanyaan mengenai kualitas layanan elektronik yang ditawarkan oleh marketplace^[5]. Sebuah penelitian yang dilakukan di kalangan mahasiswa Universitas Teknologi Digital bertujuan untuk mengidentifikasi kualitas layanan dan tingkat kepuasan pengguna *Shopee*^[5]. Studi tersebut menemukan bahwa *Shopee* memberikan kualitas layanan elektronik yang memuaskan dan menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi di kalangan penggunanya^[5]. Namun penelitian ini juga menemukan bahwa variabel *word of mouth* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna^[5]. *Shopee* didorong untuk terus meningkatkan kinerja aplikasi dan layanannya untuk memastikan kepuasan pelanggan tetap terjaga dan ditingkatkan seiring berjalannya waktu^[5].

Penelitian terdahulu digunakan sebagai referensi bagi penulis dalam melaksanakan penelitian agar dapat menambah teori dan wawasan yang dipergunakan dalam mengkaji penelitian yang dilaksanakan. Penulis telah mengambil sejumlah penelitian terdahulu sebagai referensi untuk memperkaya bahan kajian dalam proses penulisan penelitian penulis. Maka, dalam kajian pustaka ini peneliti memaparkan hasil dari penelitian terdahulu.

Penelitian pertama dilaksanakan oleh Suryati dan Aldy Santo Hegiarto (2023), yang dimuat dalam Jurnal dengan judul “Analisis Pengalaman Pengguna *Shopee* Terhadap Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Elektronik Terhadap Pengguna *Shopee* di Kalangan Mahasiswa Universitas Teknologi Digital”. Jenis penelitian ini mempergunakan metode kualitatif dan teori Fenomenologi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan serta tingkat kepuasan pengguna *Shopee* terhadap para pengguna di kalangan mahasiswa Universitas Teknologi Digital. Hasil ini membuktikan bahwasanya kualitas layanan elektronik *Shopee* telah dinilai cukup baik. Hasil tersebut memberikan nilai yang sangat penting dalam membangun kepuasan pelanggan dan perlu dipertahankan atau bahkan ditingkatkan lagi (Suryati dan Aldy Santo Hegiarto, 2023)^[5].

Penelitian kedua dilaksanakan oleh Desi Ratna Simanjuntak, Nolly Londa, Grace Waleleng (2015), yang dimuat dalam Jurnal dengan judul “Persepsi Mahasiswa Pada Jasa Belanja *Online Shopee*”. Jenis penelitian ini mempergunakan metode kualitatif dan teori Persepsi Konstruktif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana kepuasan pengguna terhadap aplikasi Shopee di Fisip, Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi.

Hasil ini membuktikan bahwasanya masih terdapat beberapa pelanggan yang kurang puas dengan berbelanja *online*, namun kebanyakan responden sudah puas terhadap fitur – fitur yang terdapat pada *Shopee*, sehingga perusahaan Shopee dapat meningkatkan dan memperbaiki Kembali kualitas dalam pelayanan (Desi Ratna Simanjuntak, Nolly Londa, Grace Waleleng, 2015)^[6].

Manfaat dari adanya penelitian ini adalah untuk memahami secara lebih mendalam perubahan sosial yang terkait dengan cara kita berbelanja dan berkomunikasi dalam era digital yang terus berkembang. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana teknologi dan platform *e-commerce* seperti *Shopee* mempengaruhi perilaku konsumen, diharapkan penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga untuk perkembangan selanjutnya dalam dunia belanja *online* dan komunikasi konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan akan mengungkapkan pola-pola dan tren pembelian barang elektronik secara *online* yang dapat berguna bagi industri *e-commerce* secara keseluruhan. Selain itu, rekomendasi yang diajukan oleh pengguna *Shopee* dapat memberikan panduan berharga bagi platform tersebut dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan menjawab kekhawatiran yang mungkin masih ada di kalangan pengguna. Sehingga dapat membuat platform tersebut menjadi lebih baik ke depannya.

2. Metode Penelitian

Untuk mengeksplorasi penggunaan Shopee di berbagai kalangan, maka metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan wawancara, jurnal ilmiah, dan artikel relevan. Jurnal ilmiah, artikel dan laporan berita yang relevan dianalisis untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pokok permasalahan. Pendekatan dilakukan secara induktif dengan unit analisis 20 pengguna Shopee di berbagai kalangan rentang usia 18 - 50 tahun, mulai dari kalangan muda hingga kalangan orang tua. Metode ini bersifat induktif, yang artinya dimulai dengan observasi spesifik dan berlanjut ke tema dan generalisasi yang lebih luas.

Beberapa penelitian telah dilakukan di bidang ini, memberikan wawasan berharga mengenai pokok bahasan ini. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Desi Ratna Simanjuntak, Nolly Londa, Grace Waleleng (2015), yang menyoroti sejauh mana kepuasan pengguna terhadap aplikasi Shopee. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui wawancara dengan jenis data primer. Untuk pengumpulan data primer, dilakukan wawancara terhadap berbagai kalangan yang menggunakan Shopee sebagai platform transaksinya. Metode wawancara merupakan metode penelitian kualitatif populer yang dapat memberikan wawasan yang kaya tentang pengalaman dan persepsi masing-masing individu. Dengan memanfaatkan berbagai sumber data tersebut, dapat dilakukan eksplorasi menyeluruh terhadap penggunaan *Shopee* di berbagai kalangan.

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini, metode wawancara digunakan untuk berinteraksi dengan dua puluh individu yang merupakan pengguna *Shopee* dari berbagai kalangan, namun mayoritasnya merupakan kalangan muda yang masih berstatus sebagai mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi. Dalam survei terbaru yang dilakukan oleh Peneliti, 17 dari 20 responden memilih *Shopee* sebagai platform *e-commerce* pilihan mereka untuk barang elektronik. Hal ini terjadi karena disebabkan oleh beberapa faktor.

3.1. Motif

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa motif responden pengguna *Shopee* untuk membeli produk yang ada di *Shopee* adalah karena harga yang lebih murah, banyak promosi yang diberikan, gratis ongkos kirim, dan jaminan dari *merchant* resmi. Selain itu, responden juga merasa fitur-fitur yang ada pada *Shopee* mudah dipahami dan digunakan. Namun, terdapat kekhawatiran terhadap proteksi barang yang dikirimkan, sehingga responden berharap adanya standar pengemasan pada barang elektronik yang diterapkan oleh *Shopee* sehingga konsumen dapat mempercayai bahwa barang yang dibeli tidak akan rusak saat proses pengiriman. Beberapa kutipan pernyataan responden yang relevan dengan penjelasan tersebut seperti, “Harga lebih murah”, “Banyak promo“, “Ada gratis ongkir“, “Tokonya terjamin“, “Aplikasinya gampang dipakai“.

Di era digital saat ini, pembelian barang elektronik secara *online* menjadi semakin populer. Dengan beragam pilihan dan harga yang kompetitif, *Shopee* telah muncul sebagai platform *e-commerce* terkemuka untuk membeli barang elektronik. Hasil dari penelitian yang telah Peneliti lakukan menunjukkan bahwa motif yang mendorong mereka untuk membeli barang elektronik secara *online* adalah harga, jarak, rating produk, rating toko, kualitas, garansi, promo, gratis ongkos kirim, dan jaminan.

Salah satu alasan utama responden memilih *Shopee* adalah harga kompetitif yang ditawarkannya. Platform ini memungkinkan pembeli untuk membandingkan harga dari berbagai penjual, sehingga memastikan pengguna mendapatkan penawaran terbaik untuk produk elektronik yang diinginkan. Selain itu, *Shopee* sering mengadakan promosi dan menawarkan diskon sehingga bisa menghemat biaya. Keuntungan lain membeli barang elektronik dari *Shopee* adalah kemudahan dalam pengiriman. *Shopee* bekerja sama dengan pihak ekspedisi yang ternama untuk memastikan produk dikirimkan dengan aman.

Rating produk memainkan peran penting dalam menentukan kualitas dari barang elektronik yang ingin dibeli. *Shopee* menyediakan sistem penilaian di mana pelanggan dapat memberikan masukan dan ulasan berdasarkan pengalaman mereka mengenai produk. Hal ini sangat membantu pengguna dalam mengambil keputusan dan memilih barang elektronik yang sesuai dengan kebutuhan. Selain *rating* produk, *rating* toko juga tidak kalah pentingnya saat membeli barang elektronik dari *Shopee*. Peringkat toko mencerminkan reputasi penjual di hadapan konsumen. Toko dengan peringkat lebih tinggi menunjukkan bahwa toko tersebut menyediakan layanan yang baik, pengiriman tepat waktu, dan produk berkualitas tinggi.

Dalam dunia elektronik, kualitas adalah hal yang utama. *Shopee* menawarkan berbagai barang elektronik dari berbagai merek dan penjual. Penting untuk menilai kualitas produk elektronik yang ingin dibeli. Selain itu, penting adanya produk yang dilengkapi dengan garansi, karena ini memberikan perlindungan tambahan jika terjadi cacat atau masalah produksi. *Shopee* terkenal dengan banyaknya promosi dan diskon. Hal ini menjadikannya platform yang menarik untuk membeli barang elektronik. Promosi khusus, seperti *flash sale*, kode *voucher*, dan lain lain, dibuat untuk menarik banyak orang sehingga dapat membuat pengguna menjadi hemat pada pembelian barang elektronik.

3.2. Kelebihan E-Commerce Shopee

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa motif responden pengguna *Shopee* untuk membeli produk yang ada di *Shopee* adalah karena harga yang lebih murah, banyak promosi yang diberikan, gratis ongkos kirim, dan jaminan dari *merchant* resmi. Selain itu, responden juga merasa fitur-fitur yang ada pada *Shopee* mudah dipahami dan digunakan. Namun, terdapat kekhawatiran terhadap proteksi barang yang dikirimkan, sehingga responden berharap adanya standar pengemasan pada barang elektronik yang diterapkan oleh *Shopee* sehingga konsumen dapat mempercayai bahwa barang yang dibeli tidak akan rusak saat proses pengiriman. Beberapa kutipan pernyataan responden yang relevan dengan penjelasan tersebut seperti, “Harga lebih murah”, “Banyak promo“, “Ada gratis ongkir“, “Tokonya terjamin“,

“Aplikasinya gampang dipakai“.

Di era digital saat ini, pembelian barang elektronik secara *online* menjadi semakin populer. Dengan beragam pilihan dan harga yang kompetitif, *Shopee* telah muncul sebagai platform *e-commerce* terkemuka untuk membeli barang elektronik. Hasil dari penelitian yang telah Peneliti lakukan menunjukkan bahwa motif yang mendorong mereka untuk membeli barang elektronik secara *online* adalah harga, jarak, rating produk, rating toko, kualitas, garansi, promo, gratis ongkos kirim, dan jaminan.

Salah satu alasan utama responden memilih *Shopee* adalah harga kompetitif yang ditawarkannya. Platform ini memungkinkan pembeli untuk membandingkan harga dari berbagai penjual, sehingga memastikan pengguna mendapatkan penawaran terbaik untuk produk elektronik yang diinginkan. Selain itu, *Shopee* sering mengadakan promosi dan menawarkan diskon sehingga bisa menghemat biaya. Keuntungan lain membeli barang elektronik dari *Shopee* adalah kemudahan dalam pengiriman. *Shopee* bekerja sama dengan pihak ekspedisi yang ternama untuk memastikan produk dikirimkan dengan aman.

Rating produk memainkan peran penting dalam menentukan kualitas dari barang elektronik yang ingin dibeli. *Shopee* menyediakan sistem penilaian di mana pelanggan dapat memberikan masukan dan ulasan berdasarkan pengalaman mereka mengenai produk. Hal ini sangat membantu pengguna dalam mengambil keputusan dan memilih barang elektronik yang sesuai dengan kebutuhan. Selain *rating* produk, *rating* toko juga tidak kalah pentingnya saat membeli barang elektronik dari *Shopee*. Peringkat toko mencerminkan reputasi penjual di hadapan konsumen. Toko dengan peringkat lebih tinggi menunjukkan bahwa toko tersebut menyediakan layanan yang baik, pengiriman tepat waktu, dan produk berkualitas tinggi.

Dalam dunia elektronik, kualitas adalah hal yang utama. *Shopee* menawarkan berbagai barang elektronik dari berbagai merek dan penjual. Penting untuk menilai kualitas produk elektronik yang ingin dibeli. Selain itu, penting adanya produk yang dilengkapi dengan garansi, karena ini memberikan perlindungan tambahan jika terjadi cacat atau masalah produksi. *Shopee* terkenal dengan banyaknya promosi dan diskon. Hal ini menjadikannya platform yang menarik untuk membeli barang elektronik. Promosi khusus, seperti *flash sale*, kode *voucher*, dan lain lain, dibuat untuk menarik banyak orang sehingga dapat membuat pengguna menjadi hemat pada pembelian barang elektronik.

3.3. Kekurangan *E-Commerce Shopee*

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa kekurangan *Shopee* menurut partisipan wawancara. Pertama, terdapat kekhawatiran terhadap proteksi barang yang dikirimkan, sehingga pengguna berharap adanya standar pengemasan pada barang elektronik yang diterapkan oleh *Shopee* sehingga konsumen dapat mempercayai bahwa barang yang dibeli tidak akan rusak saat proses pengiriman. Kedua, partisipan wawancara berharap jasa pengiriman yang digunakan oleh *Shopee* dapat meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen untuk pembelian elektronik melalui *Shopee*. Beberapa kutipan pernyataan responden yang relevan dengan penjelasan tersebut seperti, “Takut barangnya tidak terlindungi dengan baik”, “Takut pengirimannya lama“, dan “Kadang ada keraguan dalam menggunakan *Shopee*“. Namun, secara keseluruhan, tidak ada kekurangan yang signifikan yang dirasakan oleh partisipan wawancara terhadap *Shopee*.

Terlepas dari kemudahan platform *e-commerce* seperti *Shopee*, konsumen sering kali mengalami kendala saat membeli barang elektronik secara *online*. Penelitian ini menyoroti beberapa masalah signifikan pada platform *e-commerce Shopee*, yang sering terjadi pada konsumen, hal ini termasuk pada kemasan yang kurang aman untuk barang elektronik, tidak adanya jaminan keaslian produk, banyaknya elemen atau fitur yang tidak diperlukan dalam aplikasi seluler, dan respons dari penjual yang tidak konsisten. Masalah-masalah ini dapat mempunyai konsekuensi yang luas, baik bagi platform itu sendiri maupun penggunaannya di pasar *e-commerce* yang semakin kompetitif.

Kemasan yang kurang aman pada sebuah produk dapat menimbulkan kerusakan pada produk saat dalam pengiriman. Hal ini dapat membuat pelanggan kecewa karena produk yang datang tidak bisa digunakan. Bukan hanya itu, tidak adanya jaminan keaslian produk dapat menyebabkan hilangnya kepercayaan konsumen terhadap platform *Shopee*, di mana kepercayaan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk menjaga nama baik *Shopee*. Selain itu, kurangnya kemasan barang elektronik yang aman, dapat menimbulkan risiko yang signifikan bagi pelanggan, yang dapat berdampak negatif terhadap reputasi *e-commerce Shopee*.

Salah satu kasus yang banyak terjadi adalah banyaknya kasus kehilangan atau kerusakan paket barang murah di *Shopee*. Namun, kita perlu memahami bahwa kerugian atau kerusakan paket tidak hanya terjadi di *Shopee*, tetapi juga bisa terjadi di platform *e-commerce* lainnya. *Shopee* telah bekerja sama dengan jasa pengiriman terpercaya untuk memastikan paket barang tetap aman selama proses pengiriman.

Banyaknya fitur yang tidak diperlukan dalam aplikasi seluler juga dapat membuat kekecewaan terhadap pengguna karena membuat penggunaan aplikasi menjadi lebih rumit dan menyusahakan pengguna. Untuk meminimalkan beberapa insiden tersebut, *Shopee* telah bekerja sama dengan berbagai pihak profesional dan terpercaya untuk memastikan paket barang tetap aman selama proses pengiriman, juga memperbaiki beberapa fitur pada aplikasi agar lebih mudah digunakan oleh pengguna. Banyak orang khawatir bahwa barang elektronik yang dibeli di *Shopee* mungkin tidak asli atau berkualitas rendah. Namun, *Shopee* telah menjalin kerjasama dengan merchant resmi yang menjual barang elektronik asli. Selain itu, *Shopee* juga memiliki sistem penilaian dan ulasan yang memungkinkan konsumen untuk memberikan *feedback* tentang produk yang mereka beli. Hal ini membantu konsumen dalam memilih produk yang berkualitas dan asli.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa partisipan berharap agar *Shopee* dapat menambahkan lebih banyak gambar, video produk, dan gambar tiga dimensi agar dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan dan mengurangi kemungkinan menerima produk yang palsu. Selain itu, sistem pembayaran yang mudah digunakan seperti fasilitas *cash on delivery* dan *return and exchange* dapat meningkatkan kemungkinan pembelian dari platform *e-commerce*, dan pengiriman cepat dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Namun, meski dengan fitur-fitur tersebut, ekspedisi yang tertunda masih dapat menjadi masalah bagi konsumen. Temuan penelitian menemukan bahwa terdapat beberapa pelanggan yang membeli dari *Shopee* mengalami penundaan pengiriman, sehingga menyebabkan tanggapan negatif dan berkurangnya kepercayaan terhadap platform. Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap platform *e-commerce* seperti *Shopee*, penting untuk meningkatkan kualitas dalam pengiriman barang. Dengan mengatasi permasalahan ini dan meningkatkan pengalaman konsumen, platform *e-commerce* dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Terlepas dari beberapa masalah yang muncul ini, *Shopee* telah menerapkan kebijakan perlindungan pembelian produk yang disebut dengan Garansi *Shopee* yang menahan pembayaran hingga barang dikirimkan ke pelanggan dengan aman. Namun, masih banyak yang perlu dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang disoroti dalam penelitian ini guna memastikan keberhasilan jangka panjang platform *Shopee*. Kesimpulannya, temuan penelitian ini menggarisbawahi pentingnya mengatasi tantangan yang dihadapi oleh platform *e-commerce* seperti *Shopee* untuk mempertahankan daya saing dan membangun loyalitas pelanggan.

3.4. Kelayakan *Shopee* Sebagai Tempat Membeli Barang Elektronik

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa motif responden pengguna *Shopee* untuk membeli produk yang ada di *Shopee* adalah karena harga yang lebih murah, banyak promosi yang diberikan, gratis ongkos kirim, dan jaminan dari merchant resmi. Selain itu, responden juga merasa fitur-fitur yang ada pada *Shopee* mudah dipahami dan digunakan. Namun, terdapat kekhawatiran terhadap proteksi barang yang dikirimkan, sehingga responden berharap adanya standar pengemasan pada barang elektronik yang diterapkan oleh *Shopee* sehingga konsumen dapat mempercayai bahwa barang yang dibeli tidak akan rusak saat

proses pengiriman. Beberapa kutipan pernyataan responden yang relevan dengan penjelasan tersebut seperti, “Harga lebih murah”, “Banyak promo”, “Ada gratis ongkir”, “Tokonya terjamin”, “Aplikasinya gampang dipakai”.

Di era digital saat ini, pembelian barang elektronik secara *online* menjadi semakin populer. Dengan beragam pilihan dan harga yang kompetitif, *Shopee* telah muncul sebagai platform *e-commerce* terkemuka untuk membeli barang elektronik. Hasil dari penelitian yang telah Peneliti lakukan menunjukkan bahwa motif yang mendorong mereka untuk membeli barang elektronik secara *online* adalah harga, jarak, rating produk, rating toko, kualitas, garansi, promo, gratis ongkos kirim, dan jaminan.

Salah satu alasan utama responden memilih *Shopee* adalah harga kompetitif yang ditawarkannya. Platform ini memungkinkan pembeli untuk membandingkan harga dari berbagai penjual, sehingga memastikan pengguna mendapatkan penawaran terbaik untuk produk elektronik yang diinginkan. Selain itu, *Shopee* sering mengadakan promosi dan menawarkan diskon sehingga bisa menghemat biaya. Keuntungan lain membeli barang elektronik dari *Shopee* adalah kemudahan dalam pengiriman. *Shopee* bekerja sama dengan pihak ekspedisi yang ternama untuk memastikan produk dikirimkan dengan aman.

Rating produk memainkan peran penting dalam menentukan kualitas dari barang elektronik yang ingin dibeli. *Shopee* menyediakan sistem penilaian di mana pelanggan dapat memberikan masukan dan ulasan berdasarkan pengalaman mereka mengenai produk. Hal ini sangat membantu pengguna dalam mengambil keputusan dan memilih barang elektronik yang sesuai dengan kebutuhan. Selain *rating* produk, *rating* toko juga tidak kalah pentingnya saat membeli barang elektronik dari *Shopee*. Peringkat toko mencerminkan reputasi penjual di hadapan konsumen. Toko dengan peringkat lebih tinggi menunjukkan bahwa toko tersebut menyediakan layanan yang baik, pengiriman tepat waktu, dan produk berkualitas tinggi.

Dalam dunia elektronik, kualitas adalah hal yang utama. *Shopee* menawarkan berbagai barang elektronik dari berbagai merek dan penjual. Penting untuk menilai kualitas produk elektronik yang ingin dibeli. Selain itu, penting adanya produk yang dilengkapi dengan garansi, karena ini memberikan perlindungan tambahan jika terjadi cacat atau masalah produksi. *Shopee* terkenal dengan banyaknya promosi dan diskon. Hal ini menjadikannya platform yang menarik untuk membeli barang elektronik. Promosi khusus, seperti *flash sale*, kode *voucher*, dan lain lain, dibuat untuk menarik banyak orang sehingga dapat membuat pengguna menjadi hemat pada pembelian barang elektronik.

4. Kesimpulan

Penelitian ini memberikan wawasan yang berguna mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen ketika membeli barang elektronik secara *online* dan menawarkan rekomendasi kepada platform *e-commerce* tentang cara meningkatkan pengalaman konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan, serta memberikan edukasi kepada pengguna *e-commerce* agar lebih bijak dan teliti lagi dalam menggunakan platform tersebut. Penelitian di masa depan dapat fokus pada dampak platform *e-commerce* terhadap toko tradisional dan menjajaki kemungkinan mengintegrasikan kedua saluran tersebut untuk menawarkan pengalaman berbelanja yang lancar kepada konsumen. Kesuksesan *Shopee* didukung oleh dukungan dan saran pelanggan yang aktif dan beragam.

Mayoritas pelanggan memilih *Shopee* sebagai platform *e-commerce* pilihan mereka karena efisiensi yang ditawarkan. *Shopee* merupakan aplikasi yang ramah pengguna dengan sistem pencarian yang efektif dan opsi pembayaran yang aman. Sistem logistik *Shopee* juga memastikan pengiriman barang yang cepat dan dapat dipantau oleh pelanggan secara *real time*. Fitur tambahan seperti obrolan langsung, promosi penjualan reguler, *flash sale*, dan diskon meningkatkan kepuasan pengguna. Fitur obrolan langsung yang memudahkan pelanggan untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan mereka dan mengatasi masalah selama proses pembelian. Namun, terkadang konsumen masih menghadapi kendala seperti menerima barang yang rusak atau cacat. Mereka juga dapat

menggunakan fitur perbandingan harga untuk memilih penawaran terbaik. Keselamatan dan keamanan tetap menjadi prioritas, dan pengguna harus menggunakan metode pembayaran yang aman dan waspada terhadap promosi palsu.

Pengguna perlu memahami kebijakan pengembalian dan penukaran barang untuk setiap penjual dan produk agar terhindar dari kebingungan atau masalah. Beberapa faktor yang dapat meminimalkan kejadian seperti ini termasuk penambahan gambar dan video produk, serta fasilitas pengembalian barang. Keterlambatan pengiriman juga dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen, sehingga perlu meningkatkan kualitas pengiriman barang. Dengan mengatasi masalah ini, platform *e-commerce* terutama *Shopee* dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Secara keseluruhan, *Shopee* menyediakan fitur yang ramah pengguna, proses transaksi yang efisien, harga kompetitif, dan dukungan pelanggan yang baik. *E-commerce Shopee* memiliki banyak kelebihan dan kekurangannya sendiri, oleh karena itu, sebagai pengguna yang bijak, masyarakat harus tetap berhati-hati dan lebih teliti dalam membeli barang elektronik menggunakan aplikasi digital.

Daftar Pustaka

- [1] Techno, L. (2022, January 6). √ pertumbuhan toko online. Jasa Pembuatan Website dan Toko Online | Jasa Buat Web Jogja. <https://www.lawangtechno.com/pertumbuhan-toko-online/>
- [2] Aprilia, R., Suryadi, S., & Yateno, Y. (2020). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Belanja Produk online. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(1), 46–67. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v1i1.507>
- [3] Armelia, Y., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 418. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11509>
- [4] Azizah Maulida & Aswad Muhammad. (2022). Pengaruh Belanja Online Pada E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millennial di Blitar. Diakses pada tanggal 30 September 2023, dari <https://journal-nusantara.com/index.php/J-CEKI/article/view/550>
- [5] Suryati, & Hegiarto Aldy Santo. (2023). Analisis Pengalaman Pengguna Shopee Atas Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Elektronik Terhadap Pengguna Shopee di Kalangan Mahasiswa Universitas Teknologi Digital. Diakses pada 30 September 2023, dari <https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/6819/5677/12903>
- [6] Andari Dialus. (2018). Fenomena Belanja Online Rural Community Pada Generasi Muda Desa Kadubera Kabupaten Pandeglang. Diakses pada tanggal 30 September 2023, dari <https://eprints.untirta.ac.id/1202/1/SKRIPSI%20-%20DIALUS%20ANDARI%20-%206662142652%20-%20FENOMENA%20BELANJA%20ONLINE%20RURAL%20COMMUNITY%20PA DA%20GENERASI%20MUDA%20-%20Copy.pdf>
- [7] (2021) *Analisis Kepuasan pelanggan elektronik Shopee Menggunakan metode E ...* Available at: https://www.researchgate.net/profile/Diah-Pranitasari/publication/355474439_Analisis_Kepuasan_Pelanggan_Elektronik_Shopee_Menggunakan_Metode_E-Service_Quality_dan_Kartesianus/links/617251b9766c4a211c0d8386/Analisis-Kepuasan-Pelanggan-Elektronik-Shopee-Menggunakan-Metode-E-Service-Quality-dan-Kartesianus.pdf (Diakses pada tanggal 18 Oktober 2023).
- [8] Dafa, F. (2022) *Analisis Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Minat Berbelanja mahasiswa Universitas Islam Negeri raden Intan Lampung berdsarkan perspektif Ekonomi Islam, ANALISIS PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE TERHADAP MINAT BERBELANJA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG BERDSARKAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM - Raden Intan Repository*. Available at: <http://repository.radenintan.ac.id/17841/> (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2023).
- [9] Nurjati, E. (2021). Peran Dan Tantangan E-Commerce Sebagai Media Akselerasi Manajemen Rantai Nilai Produk Pertanian. In *Forum Penelitian Agro Ekonomi* (Vol. 39, No. 2, pp. 105-115)
- [10] Brilianaza, E. and Sudrajat, A. (2022) ‘Gaya Hidup Remaja Shopaholic Dalam trend belanja online di shopee’, *JSSH (Jurnal Sains Sosial dan Humaniora)*, 6(1), p. 45. doi:10.30595/jssh.v6i1.12225.