

Pengaruh Belanja Online Terhadap Kepuasan Konsumen

Nureli Padidah

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Korespondensi penulis: mn20.nurelipadilah@mhs.ubpkarawang.ac.id

Dedi Mulyadi

Universitas Buana Perjuangan Karawang

E-mail: dedi.mulyadi@ubpkarawang.ac.id

Abstract. *Everyday life, of course, we see that the use of social media on the internet is growing, not only among adults but also among young people (adolescents). Through social media we can connect with everyone for the need to communicate, increase relationships, add insight and knowledge, education, business, and entertainment. The problem raised in this study is that the existence of Online Shop services (online shopping) can change consumerism among adolescents, such as a high desire for goods to be owned, so students always buy every item sold through the Online Shop (online shopping). for various reasons such as wanting to have unique or more interesting items, items that are rarely used by many people with limited editions (limited edition), or also following current trends to make them look more up-to-date. However, most teenagers forget the main reason why they have to buy these items, resulting in a tendency to buy items that may not be very useful for themselves and only make a waste of themselves without thinking about the benefits of the items they will buy as long as they have satisfied their brand desires*

Keywords: *Online shopping, Online shop, Consumer satisfaction*

Abstrak. Dalam kehidupan sehari-hari tentunya kita melihat penggunaan media sosial di internet sudah semakin berkembang, bukan hanya pada kalangan dewasa melainkan juga pada kalangan anak muda (remaja). Melalui media sosial kita dapat terhubung dengan setiap orang untuk kebutuhan berkomunikasi, memperbanyak relasi, menambah wawasan dan pengetahuan, pendidikan, bisnis, maupun hiburan. Permasalahan yang di angkat dalam penelitian ini adalah dengan adanya layanan Online Shop (belanja online) dapat merubah konsumerisme di kalangan remaja, seperti keinginan yang tinggi akan barang yang hendak dimiliki maka siswa-siswi selalu membeli setiap barang yang dijual melalui Online Shop (belanja online) dengan berbagai alasan seperti ingin memiliki barang yang unik atau lebih menarik, barang yang masih jarang di gunakan oleh orang banyak dgn edisi terbatas (limited edition), atau juga mengikuti trend masa kini agar kelihatan lebih kekinian. Namun dari sebagian besar remaja melupakan alasan utama mengapa mereka harus membeli barang tersebut, sehingga kecenderungan untuk membeli barang yang mungkin tidak terlalu berguna buat diri mereka dan hanya membuat pemborosan bagi diri mereka tanpa memikirkan manfaat dari barang yang akan mereka beli asalkan mereka sudah memuaskan keinginan mereka

Kata Kunci: Belanja online, Online shop, Kepuasan konsumen

LATAR BELAKANG

Berdasarkan tuntutan akan kebutuhan dan harapan kepada kemampuan sumber daya manusia (SDM) dalam melaksanakan tugas secara profesional, yang menjadi masalah adalah rendahnya tingkat kualitas pelayanan bagi para penyelenggara jasa pelayanan yang telah menjadi keluhan sebagian besar masyarakat pelanggannya. Perusahaan mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan bukan sesuatu yang datang begitu saja, yang dapat dilakukan secara otomatis, walaupun dalam hal ini staf pelayanan tersebut telah mempunyai masa kerja yang cukup lama serta pekerjaan dibidang pelayanan bukan sesuatu yang asing baginya. Menurut peneliti PT. Pos Indonesia agar tetap bertahan ditengah persaingan bisnis jasa pengiriman barang atau surat yaitu dengan terus meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, karena setiap perusahaan dituntut untuk

Kerangka Pikir

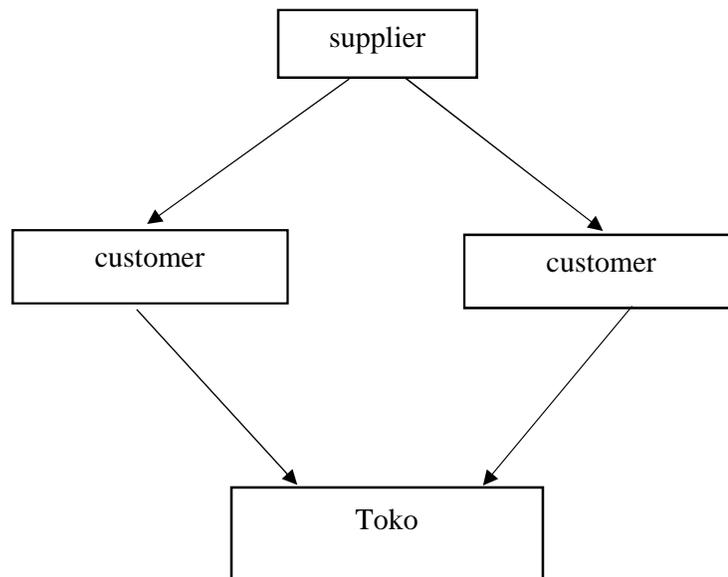
Online shop adalah toko virtual yang berada di dalam jaringan internet. Artinya, selama pelanggan terhubung dengan internet, mereka bisa mengakses tokomu dan membeli barang yang kamu jual. Otomatis, kamu bisa menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Bahkan nggak menutup kemungkinan kamu akan mendapatkan pelanggan dari luar negeri.

Dengan model bisnis online shop, kamu juga bisa menciptakan transaksi yang lebih aman untuk pelanggan. Terutama jika kamu berjualan di e-commerce, transaksi jual-beli digital mengharuskan penjual untuk melakukan verifikasi terlebih dulu sebelum memproses pesanan.

Kamu juga bisa memberikan rasa aman kepada pelanggan dengan menyediakan sistem pembayaran sesuai kebutuhan mereka. Tentunya ada pelanggan yang merasa lebih aman jika bertransaksi dengan transfer bank. Namun, di saat yang sama, pelanggan ingin bertransaksi dengan uang digital. Nah, semuanya bisa terpenuhi jika kamu menggunakan Payment Link dari Midtrans.

Lewat Payment Link, kamu cukup copy-paste link ke pelanggan yang akan membayar. Alhasil, kamu bisa terima beragam metode pembayaran sekaligus, bahkan termasuk cicilan tanpa kartu kredit. Pelanggan jadi lebih leluasa mau bayar lewat metode yang mereka sukai, sehingga pengalaman belanja mereka jadi mirip dengan belanja di e-commerce. Cara mengatasi konsumen yaitu dengan cara:

1. Pada model bisnis konvensional, promosi terbatas pada diskon atau mungkin program loyalty. Namun, di online shop, kamu bisa menawarkan promo yang lebih beragam.
2. Misalnya kamu berjualan di sebuah e-commerce. Kamu bisa memberikan promo berupa cashback setelah pembeli selesai melakukan pemesanan. Ada juga promo seperti flash sale yang mendorong pelanggan belanja lebih banyak karena waktu berlakunya promo yang terbatas. Reconditioning atau Penataan Kembali



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2006) mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis lisan dari orang – orang dan perilaku yang dapat diamati. Penulis melakukan penelitian pada toko fourteen yang beralamat di Rengasdengklok 2 Blok B No 3 & 5 Rt 06 Rw 03 Ds bojongsari kec rengasdengklok Kab Karawang 41361. Waktu penelitian di mulai pada tanggal 1 Februari sampai dengan 31 Maret 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

- a) Profil Perusahaan
 - d. Nama Perusahaan : Fourteen shop
 - e. Tanggal Berdiri : 24 September 2019 dan baru tercatat pada tahun 2020
 - f. Alamat : Rengasdengklok 2 Blok B No 3 & 5 Rt 06 Rw 03 Ds bojongsari kec rengasdengklok Kab Karawang 41361
- d. Jenis Perusahaan : Perusahaan Swasta
- e. Jumlah Karyawan : 8 orang
- f. Jenis usaha : pembiayaan sepeda motor, pembiayaan hp

Pembahasan

1. Jenis-jenis Online Shop

Ada beberapa jenis transaksi di dalam e-commerce ini, antara lain bisnis ke bisnis, bisnis ke konsumen, konsumen ke konsumen atau konsumen ke bisnis. Karena itu, istilah e-commerce dan e-business selalu dikaitkan.

1. E-Commerce Business to Business (B2B)

Transaksi e-commerce ini dilakukan oleh dua belah pihak yang sama-sama memiliki kepentingan bisnis. Dua belah pihak ini saling mengerti dan mengetahui bisnis yang dijalankan. Umumnya bisnis tersebut dilaksanakan secara berkesinambungan, atau secara sederhana berlangganan. Contoh sederhana dari B2B ini yaitu produsen dan supplier yang saling bertransaksi secara online baik untuk konsultasi kebutuhan barang, hingga proses pembayarannya.

2. E-commerce Business to Consumer (B2C)

Business to consumer dilakukan oleh pelaku bisnis dan konsumen. Transaksi e-commerce ini terjadi layaknya jual-beli biasa. Konsumen mendapatkan penawaran produk dan melakukan pembelian secara online.

3. E-commerce C2C (Konsumen Ke Konsumen)

Untuk C2C, transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen. Kalau Anda sering menggunakan Tokopedia, Bukalapak, OLXdan sejenisnya, maka inilah yang dinamakan B2C e-commerce.

Transaksi jual beli di lakukan secara online melalui marketplace. Jadi C2C disini menjadi perantara antara penjual dan pembeli.

4. Consumen to Busines (C2B)

C2B adalah kebalikan B2C yang mana konsumen terakhir bertindak sebagai penjual dan perusahaan bertindak sebagai pembeli.

5. Media atau Aplikasi E-commerce

Seperti yang dijelaskan dalam pengertian e-commerce diatas, transaksi bisnis ini bergantung pada sejumlah aplikasi dan media online lainnya, misalnya katalog, email, shopping carts, eb service, EDI dan file transfer protocol. Hal ini tentunya melibatkan kegiatan B2B (business to business).

2. Penyebab Terjadinya Kredit Macet di PT. Mega Central Finance

Kredit macet tentunya tidak terjadi begitu saja pasti ada penyebab yang mengakibatkan suatu kredit mengalami kemacetan, Selanjutnya penyebab terjadinya kredit macet dapat disebabkan oleh berbagai faktor, dapat disebabkan oleh faktor kesengajaan dari pihak bank atau pihak debitur maupun faktor ketidaksengajaan Sehingga menyebabkan debitur mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajibannya (Mohammad, 2011).

“Pada kenyataannya di PT Mega Central Finance, faktor eksternal dari nasabah lebih dominan menjadi penyebab kredit macet seperti mengalami musibah banjir, kebakaran bahkan PHK dari tempat kerjanya bahkan pada saat 2020 ada Covid-19. Hal ini dikarenakan pihak PT Mega Central Finance telah cukup berpengalaman dalam perkreditan, sedangkan faktor-faktor eksternal adalah faktor yang sulit dikontrol oleh pihak bank” (wawancara dengan Bapak Fery selaku Bagian Collection Officer)

3. Prinsip-prinsip online shop

Sebenarnya bisnis e-commerce di Indonesia sudah berlangsung sejak lama. Beberapa contoh e-commerce di Indonesia antara lain:

1. Jual Beli Online di Marketplace

Transaksi jual-beli online di Marketplace lokal sudah sangat marak saat ini. Beberapa marketplace terkenal di Indonesia seperti; Bukalapak.com, Tokopedia.com, Blibli.com, Kaskus.co.id, Traveloka, dan lain sebagainya.

2. Internet Banking dan SMS Banking

Transaksi pembayaran melalui internet dan jaringan telekomunikasi juga merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kegiatan e-commerce.

3. TV Kabel dan Internet Provider

Berlangganan TV Kabel dan internet juga merupakan salah satu bentuk e-commerce yang sudah cukup lama berlangsung di Indonesia. Beberapa perusahaan yang ada di bisnis TV kabel dan internet provider diantaranya; Indovision, Big TV, Indihome, MyRepublic, dan Firstmedia.

Komponen E-Commerce

Pada praktiknya, di dalam e-commerce terdapat beberapa komponen standar yang mendukung proses operasionalnya, diantaranya adalah:

1. Produk

E-commerce mendukung penjualan berbagai jenis produk, mulai dari produk fisik hingga produk digital.

Produk digital: ebook membership, software, musik, dan lain-lain

Produk fisik: buku, pakaian, gadget, makanan, dan lain-lain

2. Tempat Menjual Produk

Kegiatan e-commerce dilakukan di internet, maka dibutuhkan domain dan hosting untuk membuat website sebagai media pemasaran.

3. Cara Menerima Pesanan

Ada banyak cara yang bisa dilakukan untuk menerima pesanan. Diantaranya adalah dengan memanfaatkan email, telepon, SMS, Chatting, dan lain-lain.

4. Metode Pembayaran

Beberapa metode pembayaran e-commerce pada umumnya menggunakan transfer via ATM, kartu kredit, COD, e-payment.

5. Metode Pengiriman

Cara pengiriman barang e-commerce di Indonesia biasanya menggunakan jasa pengiriman barang (JNE, TIKI, Pos Indonesia, dan lain-lain). Namun, ada juga yang menggunakan jasa antar dari Ojek Online.

6. Customer Service

Layanan pelanggan merupakan komponen yang sangat penting dalam operasional e-commerce. Aktivitas ini umumnya dilakukan melalui email, formulir online, FAQ, telepon, chatting, dan social media. Dalam pemberian kredit terdapat prinsip dalam pemberian kredit untuk melakukan penilaian atas permohonan kredit oleh debitur yaitu (Sumartik, 2018):

1. *Character* (watak/kepribadian)

Character atau watak dari pada calon peminjam merupakan salah satu pertimbangan yang terpenting dalam memutuskan pemberian kredit. Bank sebagai pemberi kredit harus yakin bahwa calon peminjam termasuk orang yang bertingkah laku baik, dalam arti selalu memegang teguh janjinya, selalu berusaha dan bersedia melunasi utang-utangnya pada waktu yang telah ditetapkan. Peminjam harus mempunyai reputasi yang baik (Utomo et al., 2022).

2. *Capacity* (kemampuan)

Pihak bank harus mengetahui dengan pasti sampai dimana kemampuan menjalankan usaha dari pada calon peminjam. Kemampuan ini sangatlah penting artinya mengingat bahwa kemampuan inilah yang menentukan besar kecilnya pendapatan atau penghasilan suatu perusahaan dimasa yang akan datang.

3. *Capital* (modal)

Asas capital atau modal ini menyangkut berapa banyak dan bagaimana struktur modal yang dimiliki oleh calon peminjam. Yang dimaksud dengan struktur permodalan di sini ialah ke *likuiditan* dari pada modal yang telah ada, misalnya apakah seluruhnya dalam bentuk uang tunai dan harta lain yang mudah diuangkan (dicairkan) ataukah sebagian dalam bentuk benda-benda yang sukar diuangkan, misalnya bangunan pabrik dan sebagainya.

4. *Condition Of economy* (kondisi perekonomian)

Asas kondisi dan situasi ekonomi perlu juga diperhatikan dalam pertimbangan pemberian kredit, terutama dalam hubungannya dengan keadaan usaha calon peminjam. Bank harus mengetahui ekonomi pada saat tersebut yang berpengaruh dan berkaitan langsung dengan usaha calon peminjam dan bagaimana prospeknya dimasa yang akan datang.

5. Collateral (Jaminan atau agunan)

Ialah jaminan atau agunan yaitu harta benda milik calon peminjam atau pihak ketiga yang diikat sebagai tanggungan andai kata terjadi ketidakmampuan calon peminjam tersebut untuk menyelesaikan utangnya sesuai dengan perjanjian kredit.

6. Constraints

Constraints merupakan faktor hambatan berupa faktor -faktor sosial psikologis yang ada pada suatu daerah tertentu yang menyebabkan suatu proyek tidak dapat dilaksanakan (Sumartik, 2018).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya. Secara historis, bisnis berasal dari kata *business* yang berasal dari kata dasar *busy* yang berarti “sibuk”. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Dalam ekonomi kapitalis, kebanyakan bisnis dimiliki oleh pihak swasta, bisnis dibentuk untuk mendapatkan profit dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya.

Belanja online (*online shop*) merupakan proses pembelian barang/jasa oleh konsumen ke penjual *realtime*, tanpa pelayan, dan melalui internet. Tak perlu harus bertemu penjual/pembeli secara langsung, tak perlu menemukan wujud ‘pasar’ secara fisik, namun hanya dengan menghadap layar monitor computer, dengan koneksi internet tersambung, kita dapat melakukan transaksi jual/beli secara cepat dan nyaman.

Saran

Dalam berwirausaha harus memiliki keinginan yang kuat dan menerima segala resiko yang ditempuh . Bahwa untuk memulai bisnis tidak seperti sulap, nikmati saja prosesnya ,pegang teguh komitmen dan fokus, jangan berhenti menggali, karena emas ada satu jengkal lagi.

Upaya pengembangan usaha harus menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat yang diperlukan. Semakin banyaknya penciptaan lahan usaha maka akan mengurangi pengangguran di dalam negeri.

DAFTAR REFERENSI

- Baku, & Pohuwanto. (2020). Accountia Journal. *Analisis Prosedur Pemberian Kredit Untuk Mengurangi Tingkat Non Performing Loan (Npl) Pada Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Pendopo Lintang*. Vol 4. No 2, 169-188.
- Juwita, F., & Aravik, H. (2023). Analisis Teknik Penyelesaian Kredit Macet Pada Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu KM 12 Palembang. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 41-58.
- Khairuzzaman, M. Q. (2016). *ANALISIS TEKNIK PENYELESAIAN KREDIT MACET DAN PENGARUHNYA TERHADAP LAPORAN KEUANGAN PADA BANK MANDIRI Tbk MAKASSAR*. 4(1), 64–75.
- Masril, S. (2020). Analisis proses pemberian kredit. *Jurnal Manajemen*, VOL. 12 (1(1), 106–114.
- Nurhayati, S., & Keuangan, M. (2017). *PERANAN MANAJEMEN KEUANGAN DALAM*. IV(1), 85–94.
- Ramdan, T. (2019). *Manajemen. i*, 16–45.
- Terdahulu, T. P., & Yahya, A. (n.d.). 2 . 1 *Penelitian Terdahulu Penelitian terdahulu digunakan peneliti dengan tujuan sebagai acuan atau referensi dan sebagai perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan , peneliti dapat mengetahui perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan peneli*. 9–35.
- U. S. (2023). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Zulhamdi M . Mandak*. 23(2), 1–12.