

Pengaruh Harga Dan Metode Pembayaran *Cash On Delivery* Terhadap Minat Beli Produk Skincare Di *E-Commerce* Shopee

Anisa Simanjuntak¹, Angel Katerina²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas
anisa.irc1234@gmail.com , angel.katerina18@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan dampak penetapan harga dan opsi pembayaran Cash On Delivery (COD) terhadap jumlah waktu yang diperlukan untuk melakukan pembelian. Dalam lingkup investigasi ini, tujuannya adalah untuk memastikan ada tidaknya korelasi yang substansial antara tingkat diskon dengan jumlah barang perawatan kulit yang dibeli melalui platform e-commerce Shopee. Data primordial adalah data yang digunakan dalam grafik ini. Seluruh pelanggan yang sebelumnya pernah membeli produk perawatan kulit di Shopee turut berkontribusi terhadap peningkatan jumlah pelanggan ini. Dari total responden, ada 111 orang yang masuk dalam sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dikenal dengan metode purposive sampling yang disebut juga dengan metode pengumpulan non-probabilitas. Informasi tersebut dikumpulkan melalui survei online (di Google Formulir) yang didistribusikan ke berbagai platform media sosial. Metode yang digunakan dalam proses analisis data adalah uji validitas dan reliabilitas. Selain itu, analisis logika fuzzy digunakan dalam proses pengujian untuk memastikan hasil uji-t dan koefisien signifikansi statistik. Berdasarkan temuan penelitian ini, harga dan opsi pembayaran cash on delivery (COD) memiliki dampak yang besar dan menguntungkan terhadap pilihan melakukan pembelian.

Keyword : Harga, Metode Pembayaran COD, Minat Beli.

1. Latar Belakang

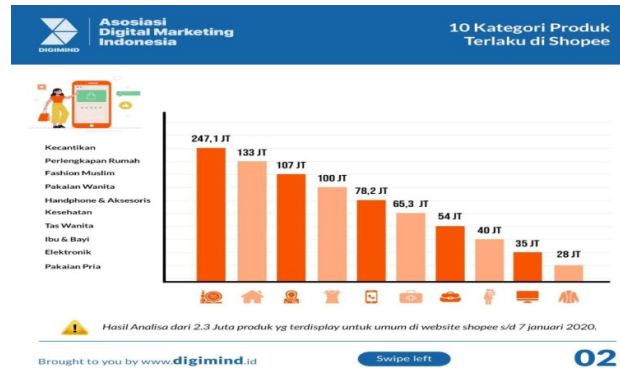
Kehidupan sehari-hari menjadi semakin sulit bagi manusia sebagai akibat dari kemajuan teknologi. Berdasarkan sebuah penelitian, ditemukan bahwa jumlah individu di Indonesia yang menggunakan platform e-commerce untuk melakukan pembelian meningkat setiap tahunnya. Hingga saat ini, masyarakat umum telah menunjukkan kesiapannya untuk membeli barang-barang secara online melalui platform Shopee. Shopee yang kini menjadi salah satu situs e-commerce yang paling banyak digunakan, baru saja bertransformasi menjadi pasar saham. Pelanggan akan senang membeli di Shopee karena banyaknya pilihan produk perawatan kulit yang tersedia bagi mereka dengan berbagai harga. Untuk memberikan kemampuan memantau pembelian konsumen sehari-hari berdasarkan harga yang bervariasi. Di kalangan pelanggan, cash on delivery (disebut juga COD) merupakan salah satu cara pembayaran yang berpotensi mempengaruhi keputusan mereka untuk melakukan pembelian. Selain itu, opsi pembayaran Cash On Delivery (COD) berpotensi mendongkrak tingkat kepercayaan pelanggan dalam bertransaksi online. Bagian psikologi konsumen yang mungkin berpengaruh pada pilihan pembelian adalah variabel yang paling signifikan untuk dipertimbangkan di antara variabel-variabel tersebut. Kapasitas variabel daya beli untuk meramalkan konsumsi dan mengembangkan rencana pemasaran yang lebih spesifik adalah alasan utama semakin pentingnya hal ini.



Gambar 1

Sumber : Databoks

Shopee merupakan salah satu situs e-commerce yang berbasis di Indonesia dan memiliki jumlah pengguna yang signifikan hingga kuartal pertama tahun 2023. Pada bulan Maret 2023, Shopee mengalami peningkatan jumlah pengguna sebesar 10% dibandingkan bulan sebelumnya, seperti yang ditunjukkan oleh gambar yang disediakan oleh SameWeb. Jumlah orang yang mengunjungi situs web Shopee rata-rata adalah 157.000, jauh lebih banyak dibandingkan jumlah individu yang mengunjungi vendornya..



Gambar 3

Sumber : DIMIA

Pada tanggal 7 Januari tahun 2020, Asosiasi Pemasaran Digital Indonesia memperkirakan jumlah barang yang terjual di Shopee akan mencapai 2,3 juta. Angka yang dipasok menunjukkan bahwa kategori yang paling banyak terjual adalah produk perawatan kulit dengan total 247,1 juta unit tersedia untuk dibeli. Pola perawatan kulit yang diikuti pelanggan merupakan komponen penting dalam kehidupan mereka sehari-hari. Untuk mengakomodasi kebutuhan mereka yang terus berubah, pelanggan harus berhati-hati saat memilih harga yang ditawarkan. Dalam hal pembelian produk perawatan kulit, konsumen Shopee masih berada pada posisi yang sulit karena persyaratan harga dan metode pembayaran Cash On Delivery (COD). Karena pelanggan sering membandingkan harga di berbagai toko, harga dari produk perawatan kulit menjadi fokus perhatian. Permintaan bisa saja meningkat jika suatu toko menawarkan harga yang lebih rendah dari yang ditawarkan saat ini, dan jika harga barang tersebut naik. Cash on delivery adalah salah satu metode pembayaran yang ditawarkan oleh Shopee. Penting untuk menyelidiki pengalaman pelanggan saat mereka menggunakan opsi pembayaran Cash On Delivery (COD) untuk menentukan apakah COD merupakan faktor kunci dalam membangun kepercayaan atau tidak, dalam transaksi online.

Tergantung pengecernya, harga Azarine HydraSoothe Gel SPF 45 PA ++++ mungkin sangat bervariasi. Sedangkan toko kedua dijual dengan harga Rp 45.500 dan dijual 5,3RB, sedangkan toko pertama dijual dengan harga Rp 36.000 bahkan lebih dari 10RB. Onadio Leonardho, salah satu pengguna TikTok, mengaku metode cash on delivery (COD) merepotkan karena saat kiriman tiba, uang tunai yang dimilikinya tidak mencukupi. Oleh karena itu, ia menyarankan agar ia menggunakan Alfamart atau Indomaret untuk membayar kotak tersebut jika ia mau.

2. Kajian Pustaka

Harga

Islami dkk. (2019) menyebutkan terdapat empat indikator penetapan harga yang berbeda, yaitu sebagai berikut: (1) Harga yang fleksibel, artinya dapat diakses oleh siapa saja berdasarkan segmen pasar saat ini; (2) Harga yang sesuai dengan kualitas produk; (3) Harga yang kompetitif, dimana harga pasar lebih tinggi dari harga yang berlaku (4) Harga yang sesuai dengan manfaat yang ditawarkan produk tersebut. Begitu pembeli membeli suatu produk dan memperoleh keuntungan yang sebanding dengan harga barang tersebut, maka ia akan merasakan perasaan tidak puas.

Cash On Delivery (COD)

Menurut (Zuhada et al., 2023) *e-commerce* dikatakan dapat dipercaya jika menyediakan layanan *COD* bagi pelanggannya. Indikator *COD* sebagai berikut : (1) Keamanan, khususnya pembayaran *COD* secara tunai, akan melindungi pengguna dari bahaya dan ancaman online. (2) Privasi: Pembayaran *COD* mencegah konsumen membagikan informasi pribadi , sehingga mencegah potensi penyalahgunaan informasi pribadi.(3) Kepercayaan: Pembayaran *COD* meningkatkan kepercayaan konsumen dalam menerima produk yang mereka pesan, karena pembayarannya setelah produk tiba.

Minat Beli

Ditetapkan bahwa harga penawaran minimum dapat ditentukan dengan menggunakan indikator berikut (HASIBUAN, 2022): (1) Minimum transaksional, disebut juga insentif finansial untuk membeli produk, dapat diartikan sebagai keinginan untuk membeli atau memperoleh suatu barang sesegera mungkin. (2) Batas minimum referensial ditetapkan ketika seseorang mampu mempromosikan suatu produk kepada orang lain. Preferensi adalah dorongan untuk membeli sesuatu sesuai dengan preferensi pribadi seseorang terhadap produk tersebut.(3) Preferensi yang dimiliki individu terhadap hal-hal tertentu yang memungkinkan mereka memiliki kemampuan untuk mempengaruhi keputusan yang dibuat orang lain.(4) Minat ingin tahu adalah jenis minat yang keempat, dan merupakan jenis minat yang terus-menerus berusaha untuk mendapatkan lebih banyak pengetahuan tentang produk yang bermanfaat bagi minatnya dan mencari cara untuk memproduksinya.

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif berusaha mengukur sesuatu dengan tepat. Peneliti memperoleh data primer dari kuesioner berisi pernyataan yang diberikan kepada responden secara *online* dan *offline*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen aplikasi *e-commerce* Shopee. Peneliti memperoleh data primer dari kuesioner berisi pernyataan yang diberikan kepada responden secara *online* dan *offline*. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 111 responden. Kriteria yang ditetapkan adalah berusia minimal 17 tahun dan pernah melakukan pembelian produk fashion melalui Shopee minimal 1 kali. Penelitian ini menggunakan skala likert yang didesain untuk menelaah seberapa kuat atau tidaknya subjek terhadap pernyataan mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju).

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Indikator	Sig.	r hitung	r tabel	Description
Harga	H1	0,000	0,699	0.1569	VALID
	H2	0,000	0,675	0.1569	VALID
	H3	0,000	0,768	0.1569	VALID
	H4	0,000	0,703	0.1569	VALID
	H5	0,000	0,835	0.1569	VALID
	H6	0,000	0,760	0.1569	VALID
	H7	0,000	0,720	0.1569	VALID
	H8	0,000	0,615	0.1569	VALID
Cash On Delivery(COD)	C1	0,000	0,666	0.1569	VALID
	C2	0,000	0,799	0.1569	VALID
	C3	0,000	0,821	0.1569	VALID
	C4	0,000	0,600	0.1569	VALID

Variabel	Indikator	Sig.	r hitung	r tabel	Description
Minat Beli	C5	0,000	0,715	0.1569	VALID
	C6	0,000	0,725	0.1569	VALID
	MB1	0,000	0,803	0.1569	VALID
	MB2	0,000	0,650	0.1569	VALID
	MB3	0,000	0,669	0.1569	VALID
	MB4	0,000	0,818	0.1569	VALID
	MB5	0,000	0,847	0.1569	VALID
	MB6	0,000	0,797	0.1569	VALID

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 1 yang menunjukkan bahwa seluruh variabel dependen dan independen mempunyai nilai harga yang dinyatakan sah karena tingkat signifikansinya kurang dari 0,05.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Hitung	Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga	0,776		0,70	Reliabel
Metode Pembayaran COD	0,781		0,70	Reliabel
Minat Beli	0,780		0,70	Reliabel

Tabel ini menampilkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan jumlah sampel sebanyak 111 orang. Nilai Cronbach's alpha untuk variabel Harga (X1) sebesar 0,776, nilai Metode Pembayaran COD (X2) sebesar 0,781, dan nilai Minimum Pembelian (Y) sebesar 0,780. Semua nilai ini dapat ditemukan di tabel ini. Karena setiap variabel yang diteliti mempunyai nilai ketergantungan lebih dari 0,70, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dapat dipercaya..

Uji parsial (uji t)

Tabel 3. Uji parsial (uji t)

Model	Unstandarized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,079	2,115		0,037	0,970
Harga	0,347	0,076	0,293	4,551	0,000
Metode Pembayaran COD	0,865	0,087	0,639	9,919	0,000

Sesuai dengan hasil uji t yang ditunjukkan pada tabel 3, tingkat signifikansi nilai t yang dihitung sebesar 4,551, dan tingkat signifikansi variabel harga sebesar 0,000. Mengingat nilai signifikansi variabel harga lebih kecil dari nilai signifikansinya, hal ini menunjukkan adanya pengaruh harga terhadap pilihan pembelian. Terkait dengan variabel metode pembayaran cash on delivery (COD), maka Nilai t-nya adalah 9,919 dan tingkat signifikansinya tepat 0,000. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa pilihan pembayaran barang perawatan kulit menggunakan cash on delivery berdampak pada proses pengambilan keputusan.

Koefisien Determinasi (R²).

Tabel 4. Koefisien Determinasi (R²).

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of The Estimate
1	0,856	0,733	0,728		2,568

Dengan nilai adjust r-squared sebesar 0,728 atau setara dengan 72,8% seperti terlihat pada Tabel 4 maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan metode pembayaran cash on delivery mampu menjelaskan nilai pembelian minimal sebesar 72,8%. . Temuan penyelidikan menunjukkan, secara singkat, bahwa 22,2%.

Pembahasan

1. Pengaruh Harga terhadap Minat beli

Berdasarkan temuan uji statistik dan analisis data yang disajikan sebelumnya, harga produk perawatan kulit di platform e-commerce Shopee mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap niat melakukan pembelian (Y). Berdasarkan temuan penelitian, harga produk perawatan kulit mengalami kenaikan seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap produk tersebut. Hal ini disebabkan karena harga produk berbanding lurus dengan jumlah uang diskresi yang dimiliki pelanggan. Penelitian ini memberikan bukti yang mendukung konsep bahwa penetapan harga mempunyai pengaruh yang positif dan cukup besar terhadap keinginan konsumen untuk melakukan pembelian (Farah Aqiella Sakinatun & Soepatini, 2023) dan juga menambahkan bahwa.

2. Pengaruh metode pembayaran Cash On Delivery (COD) terhadap Minat Beli

Berdasarkan temuan uji statistik dan analisis data, opsi pembayaran cash on delivery (X2) mempunyai dampak besar terhadap jumlah total pembelian produk perawatan kulit di Shopee (Y). Karena barang diantar langsung ke konsumen dan pembayarannya dilakukan setelah barang diterima, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa metode pembayaran cash on delivery membuat proses pembelian menjadi lebih mudah. Oleh karena itu, pelanggan mungkin lebih percaya pada pembelian online mereka. Temuan investigasi ini memperkuat hipotesis (Marlin et al., 2023) bahwa opsi pembayaran Cash on Delivery (COD) memiliki dampak yang menguntungkan dan besar terhadap kemungkinan pelanggan akan melakukan pembelian.

5. Kesimpulan

Hasil dan analisis data yang ada adalah sebagai berikut: Terdapat pengaruh yang menguntungkan dan signifikan secara statistik antara harga terhadap keinginan membeli barang perawatan kulit di platform e-commerce Shopee. Singkatnya, harga terbukti mempunyai efek positif. Selain itu, dalam hal pembayaran produk perawatan kulit melalui pasar online Shopee, metode pembayaran yang dikenal dengan Cash On Delivery (COD) merupakan metode yang bermanfaat dan signifikan.

Daftar Pustaka

- Farah Aqiella Sakinatun, & Soepatini. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Empiris pada Konsumen Pengguna TikTok Shop di Wilayah Surakarta). *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(2), 242–254. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i2.12056>
- Islami, S. A., Maharani, N., & Oktini, D. R. (2019). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Toko Sepatu Pasar Kota Kembang Bandung). *Prosiding Penelitian Sivitas Akademika Unisba(Sosial Dan Humaniora)*, 1(1), 156–159.
- Khairani, D. A. (2021). Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen e-ISSN: 2461-0593. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sirkah Purbantara Utama*, 10(19), 1–18.
- Marlin, K., Juniati, R. D., & Shobirin, K. (2023). *Pengaruh Layanan COD dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Pada e-commerce Shopee*. 21–28.
- Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh Iklan, Sistem COD, dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTokShop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1477–1491. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44292>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017a). *Metode Penelitian untuk Bisnis (Jilid 1)* (6th ed.). Salemba Empat.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017b). *Metode Penelitian untuk Bisnis (Jilid 2)* (6th ed.). Salemba Empat.
- SETYAGUSTINA, K., RAHMANIA, R., JONI, M., KHOLIK, A., & SUHITASARI, W. D. (2022). Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir Dan Sistem Cod Terhadap Minat Berbelanja Online Di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Economina*, 1(3), 596–607. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.149>
- Siti Ainul Hidayah, R. A. E. . A. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image,Harga,Kualitas Produk,Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan. *Journal of Economic,Business and Engineering*, 1(1), 24–31.
- Sujarweni, V. W. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN*. PUSTAKABARUPRESS.
- Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1), 32–39. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i1.34390>
- Zuhada, M. F. R., Surbakti, Z. Z. B., Khairani, E., & Silalahi, P. R. (2023). Pengaruh Metode Pembayaran Cash On Delivery Pada Aplikasi Shopee Terhadap Daya Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU). *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1), 105–114.