

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada bab V ini berisikan inti dari keseluruhan pembahasan hasil penelitian. Bab V ini berisi dua bagian besar dari hasil penelitian dari hasil penelitian, Adapun bagian-bagian tersebut adalah analisis data data dan interpretasi data hasil penelitian.

5.1 Analisis Data

Pada bagian analisis data ini, penulis menjelaskan mengenai persepsi mahasiswa terhadap belanja *online* melalui *marketplace Shopee*. Penulis menggunakan analisis deskriptif kualitatif yakni dengan cara mengurai atau Menyusun data yang telah dikumpulkan dari hasil penelitian dalam bentuk kalimat-kalimat yang disusun secara sistematis, sehingga akan memperoleh gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 2 indikator yakni: persepsi kemudahan dalam berbelanja *online* melalui *marketplace Shopee* dan persepsi manfaat dalam berbelanja *online* melalui *marketplace Shopee*. Berikut ini penulis uraikan analisis data dari mahasiswa Program Studi Administrasi Publik Angkatan 2018 yakni:

5.1.1 Persepsi Kemudahan dalam Berbelanja Online Melalui Marketplace Shopee

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis terhadap 8 informan berkaitan dengan persepsi mereka terhadap belanja *online* melalui *marketplace Shopee* dapat dianalisis bahwa belanja *online* melalui *marketplace Shopee* memudahkan mereka disaat berbelanja. Informan pertama mengatakan cukup dengan membuka *marketplace Shopee* di *feed* awal atau di beranda awal sudah tersedia berbagai macam pilihan barang atau produk yang dibutuhkan serta banyak diskon dan promo yang ditawarkan. Dua informan mengatakan hal yang sama bahwa *Marketplace Shopee* juga memudahkan dalam memilih barang atau produk

yang diinginkan karena *Shopee* telah memetakan atau membedakan masing-masing barang atau produk-produk yang ditawarkan misalnya produk elektronik, baju, celana, kosmetik, dll sehingga para informan tinggal memilih sesuai kebutuhan tanpa harus mencari barang satu persatu. Kemudian menurut dua informan lain *Shopee* juga memudahkan dalam transaksi pembayaran dengan menyediakan banyak pilihan untuk pembayaran seperti melalui transfer bank, juga jika tidak memiliki ATM bisa melakukan pembayaran melalui Indomaret atau Alfamart yang tersedia di dekat para informan. Selain itu menurut tiga informan yang mengatakan *Shopee* juga memberikan kemudahan untuk para informan dengan cara menampilkan lokasi toko yang akan dipilih untuk memesan barang, sehingga mereka bisa memilih toko dengan lokasi terdekat agar ongkos kirim lebih terjangkau.

Pada hasil observasi dan dokumentasi yang penulis lakukan dengan kedelapan informan dapat dianalisis bahwa mereka menggunakan layanan berbelanja *online* melalui *marketplace Shopee*. Mahasiswa sangat menikmati berbelanja melalui *Shopee* artinya mereka melakukan kegiatan belanja tanpa paksaan dan karena rasa nyaman yang diperoleh saat berbelanja menggunakan *marketplace Shopee*. Berdasarkan pengamatan penulis dalam observasi yang dilakukan, informan yang penulis tetapkan menjadi pengguna aktif *marketplace Shopee*. Beberapa informan telah menggunakan *Shopee* dari tahun 2019 sampai sekarang. Mereka menelusuri *marketplace Shopee* hampir setiap hari, baik hanya untuk sekedar melihat barang-barang yang ditawarkan maupun membeli barang atau produk yang dibutuhkan. Para informan melakukan kegiatan belanja ada yang berbelanja satu kali dalam sebulan, dua kali dalam sebulan dan ada pula yang tidak membeli sama sekali. Mereka hanya melihat-lihat barang dan setelah mendapat barang yang sudah dicari atau diinginkan akan dimasukkan pada keranjang *Shopee* untuk kemudian dipesan jika sudah memiliki uang.

5.1.2 Persepsi Manfaat dalam Berbelanja *Online* Melalui *Marketplace Shopee*

Manfaat berbelanja melalui *marketplace Shopee* yang dirasakan oleh para informan berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan, 2 informan mengatakan belanja melalui *marketplace Shopee* memberi manfaat tentunya dalam hal menghemat waktu dan juga banyak fitur-fitur yang membantu, produk dengan harga lebih murah dari pasaran, lebih praktis dalam membeli dan juga banyak promo tentunya. Selanjutnya informan mengatakan dengan berbelanja melalui *marketplace Shopee* bisa berbelanja dengan promo gratis ongkir (ongkos kirim). Informan lain terdiri dari 3 informan juga mengatakan hal yang sama *Marketplace Shopee* menyediakan banyak hadiah berupa koin atau *voucher chasback* potongan harga yang bisa didapatkan secara cuma-cuma melalui *game* atau kuis *live streaming* yang diadakan oleh *Shopee*. Salah satu informan mengatakan manfaat berikutnya yang juga diperoleh dalam berbelanja *online* melalui *Shopee* adalah bisa mendapatkan kualitas barang atau produk yang baik karena dalam *Shopee* terdapat kolom komentar dan deskripsi tentang produk. Jadi sebelum memesan barang bisa melihat komentar-komentar dari pembeli yang lain, jika komentarnya baik maka kualitas barangnya baik, dan sebaliknya jika komentarnya jelek maka kualitasnya jelek.

Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan pada kedelapan informan yang ditetapkan terkait persepsi manfaat dalam penggunaan *marketplace Shopee*, mereka seringkali menceritakan produk-produk terbaru yang ada di *Shopee*. Mereka juga dapat mencari barang yang diinginkan didukung dengan fitur-fitur yang ada di *Shopee* seperti gratis ongkir (ongkos kirim) ke konsumen, pembayaran ditempat yang sering dikenal dengan istilah COD (*Cash On Delivery*), dan banyak fitur lain yang ditawarkan pada *marketplace Shopee* yang mendorong konsumen dalam hal ini adalah informan penulis yaitu mahasiswa Program Studi Administrasi Publik Angkatan 2018 untuk melakukan kegiatan belanja melalui *Shopee*. Pada pengamatan

penulis juga informan kadang memainkan game dan memberikan komentar atau ulasan pada barang atau produk yang telah dipesan mengenai pendapat mereka tentang barang tersebut. Hasil dari bermain game dan memberikan ulasan tersebut akan mendapat *reward* atau hadiah dari *Shopee* berupa koin yang mana koin tersebut bisa digunakan kembali oleh para informan untuk membeli atau memesan barang. Contoh dari penggunaan koin *Shopee* ini adalah pada informan Claudia Elda Wea yang penulis masukkan sebagai hasil dokumentasi. Ia menggunakan koin *Shopee* untuk membeli pulsa HPnya. Koin yang Ia gunakan akan mengurangi harga awal dari pulsa yang ingin Ia beli.

Tabel 5.1
Hasil Analisis

No	Indikator	Hasil Temuan
1	Persepsi kemudahan	Kemudahan dalam pengoperasian <i>Shopee</i> seperti: • Kemudahan dalam pencarian barang • Kemudahan dalam memilih barang yang sudah dibedakan masing-masing jenis barang • Kemudahan dalam transaksi pembayaran • Kemudahan dalam pencarian lokasi atau daerah terdekat untuk memesan barang • Bisa melakukan pembayaran di tempat (COD)
2	Persepsi Manfaat	• Mendapat kualitas barang yang bagus • Lebih menghemat waktu dan harga barang yang terjangkau • Banyaknya promo serta fitur-fitur berhadiah yang bisa dimanfaatkan untuk membeli barang • Mengurangi perbelanjaan secara langsung atau kontak fisik • Bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun • Bisa mengembalikan barang yang dipesan jika tidak sesuai atau mengalami kerusakan • Memenuhi kebutuhan sehari-hari

Sumber: Olah data Peneliti, 2022

5.2 Interpretasi Data

Pada bagian interpretasi data pada dasarnya merupakan suatu tindakan ilmiah dimana penulis memberikan pendapat atau pandangan teoritis terhadap data hasil penelitian yang telah diperoleh. Interpretasi data dikerjakan penulis dengan mengacu pada landasan konseptual yang

tercantum pada BAB II dimana penulis menyajikan kepada pembaca suatu penalaran ilmiah tentang masalah penelitian yang telah dikaji.

5.2.1 Persepsi Kemudahan Dalam Berbelanja *Online* Melalui *Shopee*

Menurut Davis dalam *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* Vo. 7 No. 10 tahun 2018, persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat keyakinan dari pengguna terhadap suatu usaha dalam menggunakan suatu sistem. Persepsi kemudahan adalah sejauh mana seseorang yakin dan percaya bahwa menggunakan suatu teknologi dapat terbebas dari kesulitan usaha. Kemudahan dalam menggunakan sistem menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan dalam melakukan kegiatan pembelian atau belanja *online*. Kemudahan akan dirasakan apabila seseorang dapat memahami dan dengan mudah menggunakan suatu sistem atau teknologi. Faktor kemudahan ini terkait tentang bagaimana operasional dalam bertransaksi secara *online* dan juga terkait bagaimana kemudahan dalam penggunaannya. Suatu kemudahan akan memberikan dorongan bagi perilaku penggunanya, dimana semakin mudah suatu sistem digunakan maka akan semakin tinggi keinginan seseorang untuk menggunakan sistem tersebut (Pramudana & Santika, 2018: 2249-2250).

Dalam perkembangan teknologi komunikasi membuat manusia dengan kebutuhan komunikasi sangat dimanjakan oleh perkembangan teknologi komunikasi yang semakin pesat. Perkembangan ini memberikan banyak kemudahan bagi manusia itu sendiri dalam melakukan komunikasi, salah satunya adalah komunikasi melalui media internet.

Cara belanja *online* dengan menggunakan internet baik melalui komputer maupun *smartphone* makin populer bahkan sudah menjadi *trend* masa kini. Hal ini dikarenakan berbagai kemudahan berbelanja menjadi hal utama yang ditawarkan. Tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi atau bertatap muka secara langsung di toko cukup dengan *handphone* (ponsel) yang tersedia, siapapun sudah bisa melakukan kegiatan berbelanja. Belanja

sebagai suatu aktivitas, telah menjadi penting dalam kehidupan setiap orang saat ini. Perkembangan internet, menjadikan aktivitas belanja menjadi jauh lebih nyaman, karena belanja *online* telah mengambil bentuk yang relatif memudahkan bagi beberapa penggunanya. Disamping itu aktivitas belanja *online* memungkinkan pengalaman mengunjungi toko-toko yang berbeda untuk menemukan barang dan kesepakatan terbaik. Dalam berbelanja *online* ini dapat ditemukan efek yang dapat berpengaruh terhadap seseorang yakni jika melakukan kegiatan berbelanja secara *online* akan lebih banyak keuntungan dikarenakan konsep belanja *online* menawarkan berbagai alternatif kemudahan.

Konsumen belanja *online* berasal dari berbagai kalangan usia dan status sosial diantaranya adalah mahasiswa. Kalangan mahasiswa seringkali berbelanja menggunakan *online Shop* dengan menggunakan *marketplace Shopee*. Mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi. Seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 sampai 25 tahun. Tahap ini dapat digolongkan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini ialah pemantapan pendirian hidup (Yusuf, 2012: 27). Mahasiswa Program Studi Administrasi Publik merupakan mahasiswa calon intelektual yang dapat bersikap secara kritis terhadap kenyataan sosial yang ada. Mereka juga mampu mengetahui perkembangan yang terjadi dalam lingkungan sosial dan apa yang sedang menjadi *trend* masa kini. Dalam artian bahwa, dengan adanya perkembangan teknologi dimana kegiatan berbelanja dengan mengunjungi pusat perbelanjaan bisa dilakukan

secara *online*, sehingga menjadi suatu gaya hidup baru bagi mahasiswa untuk melakukan hal tersebut.

Menurut Davis dan berdasarkan hasil wawancara dengan informan Mahasiswa Program Studi Administrasi Publik Angkatan 2018 yang penulis tetapkan, terdapat beberapa indikator persepsi kemudahan diantaranya sebagai berikut:

- a. Belanja melalui *Shopee* mudah dipelajari, artinya sistem yang digunakan dapat dengan cepat dipelajari dan mudah untuk diingat bagaimana mengoperasikannya karena hanya tinggal diinstal atau di *download* melalui HP kemudian membuat akun pada *Shopee*, setelah itu bisa langsung dioperasikan atau digunakan.
- b. Dapat dipahami, karena dalam *Shopee* sudah disertai fitur-fitur yang dengan mudah dimengerti dalam melakukan kegiatan belanja.
- c. Fleksibel, karena dalam penggunaan *Shopee* untuk kegiatan belanja *online* dapat dilakukan kapan dan dimana saja selama HP memiliki koneksi internet.
- d. Mudah untuk menjadi mahir dalam melakukan kegiatan belanja, karena dalam berbelanja *online* terdapat kolom komentar atau ulasan tentang produk atau barang yang ditawarkan sehingga konsumen dapat dengan mudah mengetahui atau bisa memilih barang sesuai dengan keinginannya.

Adapun jabaran dari indikator-indikator persepsi kemudahan berbelanja melalui *marketplace Shopee* yang digunakan oleh Mahasiswa Administrasi publik Angkatan 2018 seperti yang telah penulis sebutkan di atas adalah mudah didapatkan dengan hanya di unduh atau *download* lewat *playstore* di *smartphone*. Aplikasi *online shop* juga memudahkan konsumen disaat berbelanja cukup hanya membuka *marketplace Shopee* di *feed* awal sudah tersedia berbagai macam pilihan kebutuhan yang sering dibutuhkan oleh konsumen. *Shopee* juga memudahkan Mahasiswa dengan memetakan produk-produk yang ditawarkan misalnya

produk elektronik, baju, celana, kosmetik, dll sehingga konsumen tinggal memilih sesuai kebutuhan tanpa harus mencari barang satu-persatu. *Shopee* juga memudahkan dalam transaksi pembayaran dengan menyediakan banyak pilihan untuk pembayaran seperti melalui transfer bank sesuai yang disediakan, jika konsumen tidak memiliki ATM bisa melakukan pembayaran melalui Indomaret atau Alfamaret ada juga cara yang paling mudah dengan fitur *ShopeePay*. Selain itu *Shopee* juga memberikan kemudahan untuk Mahasiswa dengan cara melihat lokasi toko yang akan dipilih, sehingga konsumen bisa memilih toko dengan lokasi terdekat agar ongkos kirim lebih terjangkau, Mahasiswa juga bisa memilih ekspedisi yang diinginkan tentunya, sekaligus Mahasiswa juga bisa cek ongkos kirimnya.

5.2.2 Persepsi Manfaat Dalam Berbelanja Online Melalui Marketplace *Shopee*

Persepsi manfaat merupakan tingkatan kepercayaan diri dari seseorang untuk meningkatkan kinerjanya dalam bekerja maka harus memanfaatkan teknologi, dengan demikian adanya keuntungan fasilitas dompet digital sehingga hal tersebut bisa meluaskan produktivitas kemampuan seseorang yang memanfaatkan fasilitas tersebut (Davis, dkk: 1989).

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem baru akan memberikan manfaat pada penggunanya berupa mempermudah dan meningkatkan kinerja atas pekerjaannya. Dalam hal ini adalah Mahasiswa sebagai pelanggan atau konsumen yang menggunakan jasa berbelanja *online*. Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas (Hartaji, 2012: 5). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mahasiswa didefinisikan sebagai orang yang belajar di Perguruan Tinggi.

Marketplace Shopee merupakan situs belanja *online* yang fokus pada *platform mobile* dan *Shopee* juga merupakan sebuah situs yang menjual banyak produk, misalnya: kosmetik, *fashion*, elektronik, perlengkapan atau perabotan rumah tangga dan banyak lainnya. Banyaknya kemudahan dan manfaat yang ditawarkan pada *marketplace Shopee* dan fitur-fitur *Shopee* yang melengkapi kemudahan untuk memenuhi kebutuhan yang diperoleh mahasiswa sebagai konsumen dalam berbelanja, menjadi faktor pendorong terjadinya persepsi mahasiswa terhadap belanja *online* melalui *marketplace Shopee*.

Kalangan mahasiswa khususnya mahasiswa Program Studi Administrasi Publik Angkatan 2018 seringkali berbelanja menggunakan *online shop* terutama menggunakan layanan *marketplace Shopee*. Mereka Sekarang lebih suka meluangkan waktunya dalam kegiatan berbelanja *online* dari pada mengunjungi langsung pusat perbelanjaan agar mendapatkan barang yang diinginkan. Bagi mereka, belanja *online* merupakan belanja yang mudah serta nyaman dan juga menyenangkan. *Shopee* memberikan fasilitas kepada mahasiswa yang mempunyai gaya hidup dalam berbelanja agar mendapatkan kesenangan atau kepuasan saat menggunakan produk tersebut, sehingga mahasiswa banyak yang berbelanja melalui *marketplace Shopee*.

Menurut Yusuf, dkk yang dikutip dari *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Vol. 7 No. 10 tahun 2018 (Pramudana & Santika, 2018: 2249-2250)* dan berdasarkan wawancara pada Mahasiswa Administrasi Publik Angkatan 2018 yang telah penulis tetapkan sebagai informan, mengatakan persepsi manfaat memiliki beberapa indikator, yaitu:

- a. Belanja melalui *marketplace Shopee* mempermudah transaksi, dimana dalam melakukan kegiatan berbelanja melalui *Shopee* transaksi bisa dilakukan tanpa pertemuan secara

langsung dengan penjual. Trnasaksi bisa dilakukan melalui ATM, Alfamart dan Indomaret.

- b. Belanja melalui *Shopee* mempercepat transaksi, dimana konsumen tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga serta waktu untuk melakukan kegiatan belanja secara langsung.
- c. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi, dimana dalam melakukan kegiatan belanja melalui *Shopee* ditawarkan banyak promo serta diskon dan mendapat *reward* atau hadiah berupa koin yang bisa digunakan kembali untuk memesan barang.

Manfaat berbelanja melalui *marketplace Shopee* berdasarkan indikator di atas dianggarp oleh Mahasiswa tentunya menghemat waktu dan juga banyak fitur-fitur, produk dengan harga lebih murah dari pasaran, lebih praktis dalam membeli dan juga banyak promo tentunya. Konsumen bisa berbelanja dengan promosi gratis ongkir, *marketplace Shopee* juga menyediakan banyak hadiah berupa koin atau *voucher chasback* potongan harga yang bisa didapatkan secara cuma-cuma melalui *game* atau kuis *live streaming* yang diadakan oleh *Shopee*.