



PENGARUH METODE CASH ON DELIVERY (COD) TERHADAP MINAT BELI DI SHOPEE (STUDI KASUS DI KP PILAR LEUWISADENG BOGOR)

Fanya Alfi Larissa¹, Evi Novita², Sukarna³

Institut Agama Islam Nasional Laa Roiba, Bogor

fanyaalfil@gmail.com¹, evinovita307@gmail.com², Sukarna1071@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan metode pembayaran untuk transaksi digital, salah satunya adalah metode pembayaran Cash On Delivery (COD). Kemudian timbul permasalahan karena ia melihat kebiasaan bertransaksi online menggunakan metode Cash On Delivery yang dilakukan oleh masyarakat Kp Pilar Leuwisadeng Bogor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh metode pembayaran Cash On Delivery terhadap minat beli masyarakat di e-commerce Shopee di Kp Pilar Leuwisadeng Bogor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan populasi 455 dan sampel 69 orang dengan rentang usia 15-40 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh metode pembayaran Cash On Delivery terhadap minat beli masyarakat Kp Pilar Leuwisadeng Bogor dengan hitungan $3,287 > t_{tabel} 1,668$ dan tanda $0,002 < 0,05$, artinya alternatif (H_a) diterima.

Kata Kunci : Method Cash On Delivery, Minat Beli

Abstract

This research is motivated by the growing development of payment methods for digitalized transactions, one of which is the Cash On Delivery (COD) payment method. Then the problem arose because he saw the habit of online transactions using the Cash On Delivery method carried out by the people of Kp Pilar Leuwisadeng Bogor. The purpose of this study was to determine the effect of the Cash On Delivery payment method on people's buying interest in e-commerce Shopee at Kp Pilar Leuwisadeng Bogor. This study uses a quantitative approach. The data collection technique used was a questionnaire with a population of 455 and a sample of 69 people with an age range of 15-40 years. The results showed that there was a significant relationship between the effect of the Cash On Delivery payment method on the buying interest of the people of Kp Pilar Leuwisadeng Bogor with a tcount of $3.287 > table\ of\ 1.668$ and a sig. $0.002 < 0.05$, means that the alternative (H_a) is accepted.

Keyword : Method Cash On Delivery, Interest to buy

(*) Corresponding Author: Fanya Alfi Larissa, fanyaalfil@gmail.com

INTRODUCTION

Internet dan teknologi informasi merupakan inovasi baru pada dekade terakhir ini yang mempengaruhi kehidupan manusia. Pemanfaatan teknologi telah mendorong pertumbuhan bisnis yang pesat, karena berbagai informasi dapat disajikan melalui hubungan jarak jauh dan mereka yang ingin mengadakan transaksi tidak harus bertemu muka, akan tetapi cukup melalui peralatan komputer dan telekomunikasi. Dengan aktivitas ekonomi yang berasal dari naluri kebutuhan manusia agar tetap bertahan dalam hidupnya. Dan kebutuhan hidup inilah yang memunculkan interaksi antara manusia dengan manusia yang lainnya. Berdasarkan oleh Katadata.co.id pada pada kuartal III tahun 2020, pengunjung aplikasi toko online yang menjadi unggulan adalah aplikasi Shopee dengan jumlah 95,5 juta, Tokopedia (85 Juta), Bukalapak (31,4 Juta), Lazada (22,7 Juta) dan Blibli (18,7 Juta). pada kuartal III tahun 2020, pengunjung aplikasi toko online yang menjadi unggulan adalah aplikasi TokoPedia dengan jumlah 158,1 Juta, Shopee (134,4 Juta), Bukalapak (30,1 Juta), Lazada (27,95 Juta) dan Blibli (16,3 Juta). pada tahun 2022, pengunjung aplikasi toko online yang menjadi unggulan adalah aplikasi Shopee dengan jumlah 191,6 Juta, Tokopedia (136,7 Juta), Lazada (83,2 Juta), Blibli (37,4 Juta) dan Bukalapak (19,7 Juta). data penelitian bahwa banyak orang yang melakukan aktifitas berbelanja secara online (Online shopping) dari berbagai aplikasi seperti penelitian yang dilakukan. E-commerce memiliki arti bahwa sistem pemasaran sekarang ini dapat dilakukan dengan media elektronik. Adapun aktivitas yang terdapat dalam ecommerce tersebut meliputi distribusi, penjualan, pembelian, marketing dan service dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronik seperti internet atau bentuk jaringan komputer yang lain. cara untuk membayar sesuatu. Dalam e-commerce terdapat dua sistem pembayaran yaitu bayar di muka dan bayar di tempat (cash on delivery) (Jumaida Pulungan. 2022).

Market place yang banyak digunakan di Indonesia salah satunya adalah Shopee, Shopee didirikan pertama kali dibawah naungan SEA Group Singapura pada tahun 2009 oleh Forrest Li, kemudian aplikasi Shopee diluncurkan di Singapura pada tahun 2015 dan kemudian memperluas jangkauannya ke berbagai Negara tetangga seperti Malaysia, Thailand, Thaiwan, Vietnam, Filipina dan termasuk Indonesia. Layanan Cash On Delivery (COD) adalah metode pembayaran tunai yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen karena menimbulkan rasa aman, jaminan privasi dan kepercayaan layanan Cash On Delivery (COD) ini masuk kedalam faktor psikologis bagian keyakinan. (Ayu Priska Pasabiru 2022). Saat ini aplikasi Shopee adalah salah satu aplikasi yang menawarkan metode pembayaran Cash On Delivery(COD). dengan adanya metode pembayaran ini konsumen akan lebih tertarik menggunakan aplikasi Shopee, karena dengan metode pembayaran ini konsumen semakin merasa percaya, nyaman dan semakin tertarik. semakin banyak yang menggunakan aplikasi shopee ini dan menggunakan metode pembayaran Cash On Delivery(COD) maka semakin meningkat juga keputusan pembelian konsumen pada toko online Shopee. (Nasution et al., 2022).

Salah satu bentuk perilaku konsumen yaitu minat atau keinginan membeli suatu produk atau layanan jasa. Bentuk konsumen dari minat beli adalah konsumen potensial, yaitu konsumen yang belum melakukan tindakan pembelian di pada masa sekarang dan bisa disebut sebagai calon pembeli. Minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan. Minat beli sebagai kekuatan pendorong atau sebagai motif yang bersifat instristik yang mampu mendorong seseorang untuk menaruh perhatian secara spontan, wajar, mudah, tanpa paksaan selektif pada suatu produk untuk kemudian mengambil keputusan membeli. Minat beli konsumen dapat diartikan sebagai minat beli yang mencerminkan hasrat dan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk. (Andriyanti & Farida, 2022).

METHODS

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis dan bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk

menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah di terapkan (Sugiyono, 2022). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee di Kampung pilar leuwisadeng Bogor.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik Random sampling (dipilih secara acak) sampel dipilih secara acak berdasarkan usia produktif yaitu umur 15 sampai 40 tahun. Karena subyeknya lebih dari 100 orang masyarakat yang berjumlah 455 jiwa, maka diambil 15% dari 455 jiwa, sehingga sampel yang diambil sebanyak 69 jiwa.

RESULTS & DISCUSSION

Results

Dari hasil permasalahan dankondisi diatas maka penelitian ini mendapatkan hasil yang dapat dijalaskan berdasarkansebagai berikut:

1) Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee di Kampung pilar leuwisadeng Bogor. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik Random sampling (dipilih secara acak) sampel dipilih secara acak berdasarkan usia produktif yaitu umur 15 sampai 40 tahun. Karena subyeknya lebih dari 100 orang masyarakat yang berjumlah 455 jiwa, maka diambil 15% dari 455 jiwa, sehingga sampel yang diambil sebanyak 69 jiwa.

2) Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah faktor atau aspek yang dapat diukur, diamati, atau dimanipulasi dalam suatu penelitian. Variabel merupakan elemen inti dalam penelitian ilmiah.

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk tersebut.

Untuk memudahkan pemahaman tentang status variabel yang dikaji, maka identifikasi variabel penelitiannya sebagai berikut :

- a. Variabel independen (Bebas) : Pengaruh metode Cash On Delivery (COD). (X)
- b. Variabel dependen (Terikat) : Minat beli masyarakat di Shopee. (Y)

Hasil Uji Validitas Variabel X

Tabel 1.1. Hasil Validitas

HASIL VALIDITAS SOAL PENGARUH METODE COD PADA E-COMMERCE SHOPEE			
Pertanyaan	r table	r hitung	Keterangan
1	0,236	0,585	Valid
2	0,236	0,715	Valid
3	0,236	0,521	Valid
4	0,236	0,632	Valid
5	0,236	0,716	Valid
6	0,236	0,714	Valid
7	0,236	0,662	Valid
8	0,236	0,635	Valid

9	0,236	0,559	Valid
10	0,236	0,548	Valid

Sumber : Output SPSS 25

3) Uji Reabilitas

Perhitungan uji reliabilitas yaitu dengan cara menganalisis data dari satu kali pengujian, Rumus yang digunakan adalah rumus Cronbach's Alpha. Yaitu dimana jika Nilai Cronbach's Alpha > 0,70 maka berkesimpulan reliabel, dan jika Nilai Cronbach's Alpha < 0,70 maka berkesimpulan tidak reliabel.

4) Uji Normalitas

Tabel 1.2. Hasil Uji Reliabilitas Soal Pengaruh Metode Pembayaran Cash On Delivery

KRITERIA PENGUJIAN		
Nilai Acuan	Nilai Cronbach's Alpha	Kesimpulan
0,7	0,855291775	Reliabel

Tabel 1.3. Hasil Uji Reliabilitas Soal Minat Beli Masyarakat

KRITERIA PENGUJIAN		
Nilai Acuan	Nilai Cronbach's Alpha	Kesimpulan
0,7	0,810244001	Reliabel

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas dikatakan data terdistribusi secara normal apabila nilai sig > 0,05. Pengujian normalitas data menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan program SPSS versi 25.

Tabel 1.4. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

<i>Unstandardized Residual</i>			
N	69		
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,179		

5) Uji Linieritas

Pada penelitian ini simpulan data dapat dikatakan linear apabila memiliki taraf signifikansi linearitas lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$). Uji penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 25.

Tabel 1.5. Hasil Uji Linearitas

		Sig.
Minat Beli * Pengaruh COD	Linearity	0,002

6) Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 1.6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	F	Sig.
Regression	10,807	0,002

Diketahui bahwa nilai F hitung = 10,807 dengan tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi atau dengan kata lain ada pengaruh variabel Pengaruh metode Cash On Delivery (X) terhadap variabel Minat beli masyarakat (Y).

7) Uji t

Uji t adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis, khususnya untuk membandingkan rata-rata antara dua populasi. Uji t juga dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t sering digunakan dalam penelitian ilmiah. Contohnya, untuk menguji apakah ada perbedaan signifikan dalam tingkat keberhasilan belajar antara dua kelompok.

Uji Paired Sample t-test memiliki syarat yaitu: 1. Data yang dimiliki oleh subyek adalah data interval atau rasio. 2. Kedua kelompok data berpasangan berdistribusi normal Oleh karena itu, sebelum melakukan uji paired sample t-test dilakukan terlebih dahulu Uji Normalitas.

Tabel 1.7. Hasil Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	7,507	,000
Pengaruh COD	3,287	,002

Berdasarkan tabel diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,287 > 1,668$) dan nilai $sig < 0,05$ ($0,002 < 0,05$) maka dapat dikatakan variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y.

8) Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) adalah pengukuran seberapa baik model statistik dalam memprediksi suatu hasil. Nilai R² berkisar antara 0 dan 1. Uji koefisien determinasi (R²) dilakukan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar atau penting kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Jika nilai mendekati 1, artinya variabel independen.

Tabel 1.8. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,373 ^a	,139	,126	2,057

Berdasarkan tabel menunjukkan hasil pengujian SPSS untuk uji koefisien determinasi (adjusted R²) = 0,126, artinya variabel X mempengaruhi variabel Y sebesar 12,6%.

DISCUSSION

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh metode pembayaran Cash On Delivery terhadap minat beli di Shopee (Studi Kasus di Kampung Pilar Leuwisadeng Bogor)” Adanya hubungan yang signifikan antara pengaruh metode pembayaran Cash On Delivery terhadap minat beli masyarakat Kampung Pilar Leuwisadeng Bogor.

Dalam memajukan usahanya, Market place harus mampu bersaing dalam meningkatkan layanannya. Seperti dengan adanya metode pembayaran dan memberikan gratis ongkos kirim kepada pengguna dalam meningkatkan keputusan pembelian di Shopee. Misalnya, dengan layanan pembayaran transfer via Bank,Shopeelater, Indomaret, Alfamidi, Alfamart, ShopeePay dan Cash On Delivery (COD).Dengan berbagai metode pembayaran yang ditawarkan pada aplikasi Shopee konsumen juga akan semakin tertarik menggunakan aplikasi Shopee, Metode pembayaran yang paling disukai konsumen dalam aplikasi Shopee adalah Cash On Delivery (COD). Cash On Delivery (COD)adalah salah satu metode pembayaran dimana pembeli sepakat dengan penjual untuk membayar ketika barang yang dibelinya sampai ke alamat pengiriman. (Qolbi, N. 2024).

Cashartinya uang tunai, sedangkan On Delivery artinya saat dikirim. Cash On Delivery (COD) adalah persyaratan pembayaran yang disepakati antara penjual dan konsumen, ini berarti pembayaran akan dilakukan saat barang sudah diterima, bukan sebelum produk dikirim. Metode pembayaran yang paling diminati konsumen pada aplikasi Shopee yaitu metode pembayaran tunai atau biasa disebut dengan Cash On Delivery (COD). Cash On Delivery (COD) adalah metode pembayaran yang ada pada transaksi online, metode ini dapat diartikan pembayaran yang dilakukan secara tunai dan secara langsung ketika pesanan tiba ditangan pembeli (Mayangsari & Aminah, 2022).

Bagi konsumen yang baru pertama kali belanja online dengan metode pembayaran transfer kadang terasa sedikit meragukan, karena konsumen harus menunggu beberapa lama hingga barang yang dipesan tiba sedangkan pembayarannya sudah dilakukan terlebih dahulu. Hal seperti ini yang kadang memunculkan rasa was-was pada konsumen oleh karena itu kebanyakan konsumen memilih metode pembayaran dengan cara tunai atau yang biasa disebut dengan Cash On Delivery (COD) (Rusdiana et al., 2023).

E-Commerce atau perdagangan elektronik secara umum dapat dipahami sebagai segala bentuk kegiatan transaksi penjualan dan pembelian barang maupun jasa yang memanfaatkan media elektronik, khususnya internet sebagai media utamanya. *e-commerce* adalah platform digital yang memungkinkan perusahaan atau web untuk menawarkan atau memfasilitasi penjualan barang atau jasa dengan cara online, yang mana proses jual-beli dilakukan melalui internet tanpa ada kontak fisik antar pembeli dan penjual. (Marleni, R., & Rahayu, N. I. 2024).

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh metode pembayaran Cash On Delivery terhadap minat beli di Shopee (Studi Kasus di Kampung Pilar Leuwisadeng Bogor)” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Adanya hubungan yang signifikan antara pengaruh metode pembayaran Cash On Delivery terhadap minat beli masyarakat Kampung Pilar Leuwisadeng Bogor dengan perolehan nilai thitung $3,287 > t_{tabel} 1,668$ dan nilai sig. $0,002 < 0,05$ hal ini berarti variabel pengaruh metode pembayaran Cash On Delivery mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat.

REFERENCES

- Andriani, E. R., Pujiyanto, A., & Andayani, S. (2022). Pengaruh Sistem Pembayaran COD, Gratis Ongkir Dan Review Pembeli terhadap Minat Beli Baju Di Lazada. *Seminar Nasional Hasil Skripsi*, 1(01), 297–301.
- Ayu Priska Pasabiru (2022). Pengaruh Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee Pada Masyarakat Medan” (Medan : Universitas HKBP Nommensen).
- Jumaida Pulungan. (2022) Pengaruh Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) Pada E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Kelurahan Kampung Baru, Dumai Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Riau : Uin Suska Riau.
- Mayangsari, M., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Penilaian Produk, Promosi dan Layanan COD (Bayar di Tempat) Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Sidoarjo. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 498. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.592>
- Marleni, R., & Rahayu, N. I. (2024). Pengaruh Pembayaran COD (Cash On Delivery) Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada E-Commerce Shopee. *ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal*, 4(1), 79-85.
- Nasution, U. A., Harahap, E., & Rafika, M. (2022). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Sistem Pembayaran COD Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB-ULB). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(2), 58–63. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1672>
- Qolbi, N. (2024). Pengaruh Pembayaran Cod (Cash On Delivery) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee. *JURNAL AL-AMAL*, 2(1), 35-42.

Rusdiana, L., Rafiqi, & Ridhwan. (2023). Pengaruh Metode Pembayaran PayLater dan Cash On Delivery (COD) Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus: Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Jambi Angkatan 2018-2022). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 3025–1192

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta