

---

## Analisis Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi Shopee dalam Metode Pembayaran *Shopeepay* dan COD pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau

Vella Adelia<sup>1</sup>, Nelsy Hemilia<sup>2</sup>, Naina Azzahra<sup>3</sup>, Zul Azmi<sup>4</sup>

Universitas Muhammadiyah Riau

[vellaadelia0106@gmail.com](mailto:vellaadelia0106@gmail.com)

---

Diserahkan tanggal 09 Oktober 2023 | Diterima tanggal 25 Desember 2023 | Diterbitkan tanggal 30 Desember 2023

---

### **Abstract:**

*Shopee is one of the most popular online shopping platforms. Payment through ShopeePay is one of the non-cash payments that is quite often used. The purpose of this research is to analyze the consumptive behavior of using the Shopee application in the ShopeePay and COD payment methods for Muhammadiyah Riau University students. However, previous studies show that the COD payment method is more widely used than ShopeePay. This research uses a qualitative method with a descriptive analysis approach. The sample of this study were students who used the payment system through ShopeePay and COD at Muhammadiyah Riau University. The results of this study indicate that 95.5% use the Shopee application and 4.5% do not use the Shopee application, this is enough to show that the Shopee application is indeed very popular. In the payment method, the use of COD is 67.6%, this shows that COD is more widely used compared to the ShopeePay payment method which is only around 32.4%.*

**Kata Kunci:** *Consumptive Behavior, ShopeePay, COD*

---

### **Abstrak:**

*Shopee merupakan salah satu platform belanja online yang sangat digemari. Pembayaran melalui ShopeePay menjadi salah satu pembayaran non-tunai yang cukup sering digunakan. Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan analisis perilaku konsumtif penggunaan aplikasi Shopee dalam metode pembayaran ShopeePay dan COD pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau. Namun, studi terdahulu menunjukkan bahwa metode pembayaran COD lebih banyak digunakan dari pada ShopeePay. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Sampel penelitian ini adalah Mahasiswa yang menggunakan sistem pembayaran melalui ShopeePay dan COD di Universitas Muhammadiyah Riau. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 95,5% atas penggunaan aplikasi Shopee dan 4,5% yang tidak menggunakan aplikasi Shopee, hal ini cukup untuk menunjukkan bahwa aplikasi Shopee memang sangat populer. Pada metode pembayaran penggunaan COD sebesar 67,6%, hal ini menunjukkan bahwa COD lebih banyak digunakan dibandingkan dengan metode pembayaran ShopeePay yang hanya sekitar 32,4%.*

**Kata Kunci:** *Perilaku Konsumtif, ShopeePay, COD*

---

Copyright © 2023, Author

This is an open-access article under the [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

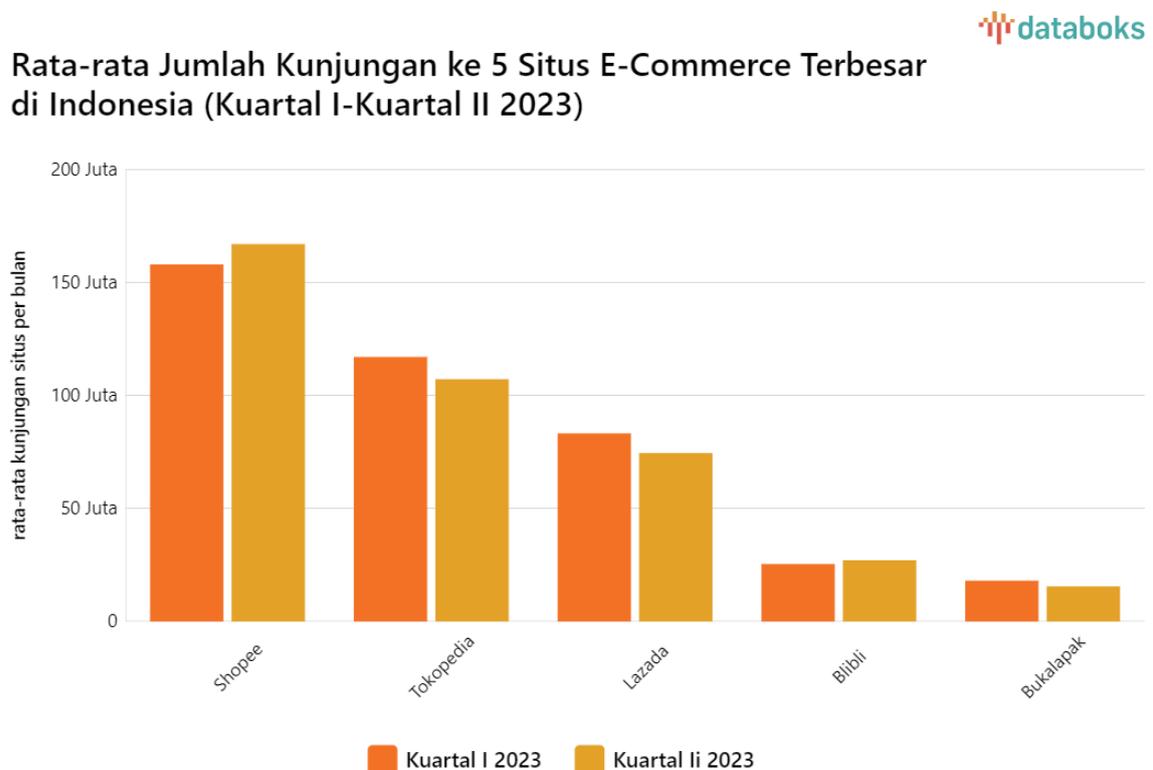


## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membawa pengaruh terhadap sistem perdagangan atau yang kini sering dikenal dengan sebutan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan jenis transaksi bisnis yang dilakukan melalui teknologi internet, termasuk dengan pertukaran informasi produk, transaksi jual beli, pembayaran, dan promosi produk semuanya (Bagus Dwi Cahyo, 2023). Kini berbelanja secara *online* sangat populer dikalangan masyarakat. Para pedagang telah memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai sarana inovasi dalam mengembangkan usahanya. Banyak keuntungan dalam melakukan perdagangan secara *online*, salah satu nya ialah dapat menghemat dari segi biaya, para pedagang tidak perlu mengeluarkan biaya untuk sewa toko. Hal ini, disebabkan karena para pedagang tidak bertemu secara langsung dengan para pembeli. Pedagang hanya perlu menjual barangnya melalui *platform* yang sudah tersedia, salah satunya adalah aplikasi Shopee.

Generasi Z umumnya selalu *up to date* dalam perkembangan teknologi dan mereka selalu meluangkan waktunya dalam berbelanja secara *online* agar bisa tampil dengan gaya yang *trend*. Shopee menjadi salah satu aplikasi belanja *online* yang paling digemari oleh semua kalangan. Pemberian Diskon, *Cash Back*, *Voucher* gratis ongkir dan yang lainnya merupakan daya tarik yang sangat kuat dalam menarik perhatian konsumen agar berbelanja secara *online*. Tanpa mereka sadari bahwa mungkin mereka telah mengeluarkan uang tanpa pikir panjang, yang dapat mengakibatkan keborosan.

Pembelian secara impulsif, pemborosan, dan pembelian karena kesenangan merupakan tanda perilaku konsumtif, hal ini terjadi karena kemudahan dalam melakukan transaksi serta penawaran diskon dan gratis ongkir (Adilah et al., 2022). Oleh sebab itu, perlu dilakukannya kontrol diri dalam mengeluarkan uang, tujuannya untuk mengurangi pengeluaran yang tidak direncanakan dan mulai melakukan perencanaan keuangan untuk di masa yang akan datang (Dewi et al., 2021).



Gambar 1. Rata-rata Kunjungan ke 5 Situs *E-Commerce* terbesar di Indonesia  
Sumber: Ahdiat, 2023

Dari gambar 1 di atas dapat dilihat bahwa tingkat kunjungan ke Shopee berada di urutan pertama dengan total 157,97 juta pada kuartal I dan 166,97 juta pada kuartal ke II, yang kemudian disusul dengan Tokopedia, Lazada, Bibli, dan Bukalapak. Dengan meningkatnya pertumbuhan Shopee di Indonesia, membuat Shopee menjadi aplikasi yang paling populer saat ini. Shopee merupakan salah satu aplikasi berbelanja *online* yang sangat digemari oleh masyarakat di Indonesia. Hal ini dapat menyebabkan masyarakat cenderung melakukan perilaku konsumtif dalam mengelola uang untuk berbelanja secara *online*, dikarenakan berbelanja secara online ini sangat praktis dan mudah.

Belanja secara *online* merupakan transisi pergantian dari berbelanja secara *offline*. Hal ini terjadi karena masyarakat cenderung mencari sesuatu yang cepat, dengan berbelanja secara *online* membuat konsumen lebih mudah dalam mencari produk, membandingkan kualitas dan harga produk, serta mudah dalam melakukan transaksi pembelian (Auliandari et al., 2022; Luh & Erma, 2023). Dengan kemajuan teknologi yang setiap saat berkembang dengan pesat munculah berbagai macam aplikasi *e-commerce*, salah satunya ialah Shopee. Shopee adalah salah satu dari 5 pasar teratas di Indonesia, dengan memiliki banyak fitur menarik dan tampilan yang mudah digunakan, hal itu membuat shopee menjadi tempat mencari beberapa barang kebutuhan lebih gampang serta nyaris seluruh barang yang diperlukan oleh sebagian besar warga Indonesia terdapat di Shopee (Asih & Jalari, 2021).

Shopee memberikan kemudahan bagi penggunaan, yaitu kemudahan saat melakukan transaksi tanpa perlu menunggu antrian dan juga kemudahan dalam melakukan pembayaran karena di Shopee terdapat banyak pilihan metode pembayaran, jadi konsumen tidak bingung lagi untuk melakukan transaksi pembayaran (Asih & Jalari, 2021). Dompot digital berkembang seiring dengan berjalannya waktu salah satunya ialah *ShopeePay*, untuk saat ini *ShopeePay* mampu bersaing dengan dompet digital lainnya dalam melakukan transaksi pembayaran. *ShopeePay* tidak hanya dapat melakukan pembayaran di Shopee, tetapi juga dapat digunakan oleh banyak *merchant* yang bekerjasama dengan *ShopeePay* (Azka Fikri, 2021; Auliandari et al., 2022). *ShopeePay* adalah fungsi layanan dompet dan mata uang elektronik yang dapat digunakan sebagai metode pembayaran dan menyimpan pengembalian uang dari *e-commerce* Shopee.

Perkembangan *e-wallet ShopeePay* di tengah masyarakat tidak lepas dari berbagai promosi di antaranya adalah *cashback* dan diskon serta penggunaan koin shopee yang dapat digunakan untuk bertransaksi kembali sehingga bisa menghemat pengeluaran (Rizky, Rafieqah Nalar and Mahardika, 2023). Dalam perkembangan bisnis, *e-commerce* terus melakukan peningkatan dalam berbagai macam aspek. Salah satunya ialah dari segi pembayaran, yang mana melakukan pengembangan terhadap metode pembayaran secara *Cash on Delivery* (COD). Sistem COD ini dilakukan untuk meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen dalam berbelanja secara *online* terhadap aplikasi Shopee (Lestari & Pratomo, 2021).

COD merupakan transaksi yang dilakukan secara tunai. Di mana para pembeli tidak perlu mentransfer uang mereka untuk melakukan transaksi pembayaran, melainkan melakukan transaksi pembayaran ketika barang yang dipesan telah diterima. Sejak beberapa tahun terakhir, transaksi yang dilakukan secara COD menjadi tren di kalangan masyarakat. Selanjutnya, ada pembayaran yang dilakukan secara non-tunai. Salah satunya adalah pembayaran melalui *ShopeePay*. Sebagaimana pembayaran melalui *ShopeePay* sangat membantu bagi para pembeli dalam melakukan transaksi pembelian produk. Mudah dan praktis dalam melakukan transaksi pembayaran, membuat *ShopeePay* menjadi salah satu pilihan pembayaran non-tunai yang paling disukai. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau dalam menggunakan aplikasi Shopee pada metode pembayaran *ShopeePay* dan COD.

*Cash on Delivery* (COD) juga dapat dikatakan sebagai suatu metode pembayaran secara tunai, dimana pembayaran dilakukan pada saat pesanan sampai di alamat konsumen dan konsumen membayar kepada kurir yang telah mengantarkan pesanan, metode pembayaran COD juga merupakan metode pembayaran yang menghadirkan rasa aman, menjamin keamanan dan kepercayaan bagi konsumen (Benedicta, 2023). Pembayaran COD dianggap mampu dalam meminimalisir tindak penipuan yang dilakukan oleh penjual, sehingga konsumen tidak perlu khawatir jika barang tidak terkirim dan yang lebih penting ialah konsumen belum melakukan pembayaran untuk barang yang mereka beli (Sahrullah, 2023).

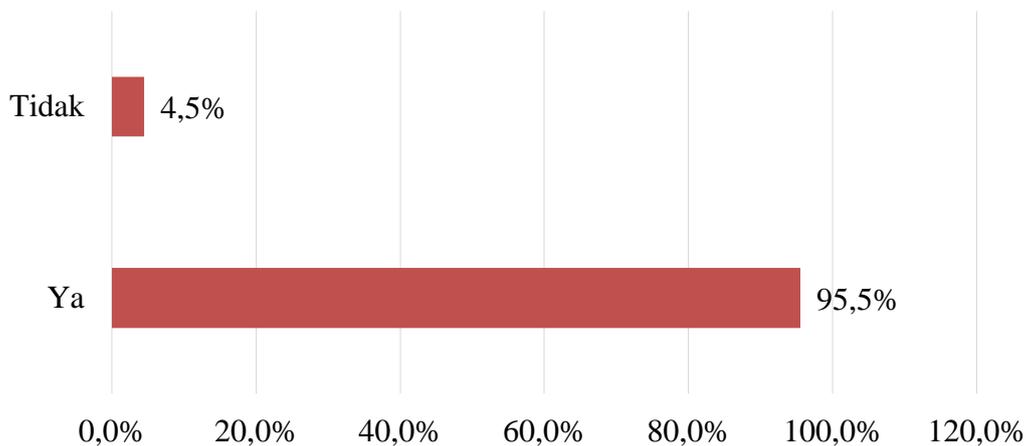
## METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Populasi pada penelitian ini ialah mahasiswa yang menggunakan aplikasi Shopee dengan metode pembayaran *ShopeePay* atau *Cash on Delivery* (COD) di Universitas Muhammadiyah Riau. Sampel penelitian dilakukan dengan teknik *simple random sampling*. Teknik pengambilan data dilakukan dengan melakukan survei berupa kuisisioner melalui Google Form yang disebarakan kepada responden. Data pendukung diperoleh dari jurnal dan artikel peneliti terdahulu. Data dianalisis dengan menggunakan jawaban mahasiswa dari kuisisioner, untuk mengetahui sejauh mana para mahasiswa gemar menggunakan fitur COD atau *ShopeePay*. Analisis ini mencakup identifikasi sikap konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau terhadap berbelanja secara *online*, serta membandingkan seberapa besar ketertarikan mahasiswa terhadap metode pembayaran COD dan *ShopeePay*.

## PEMBAHASAN

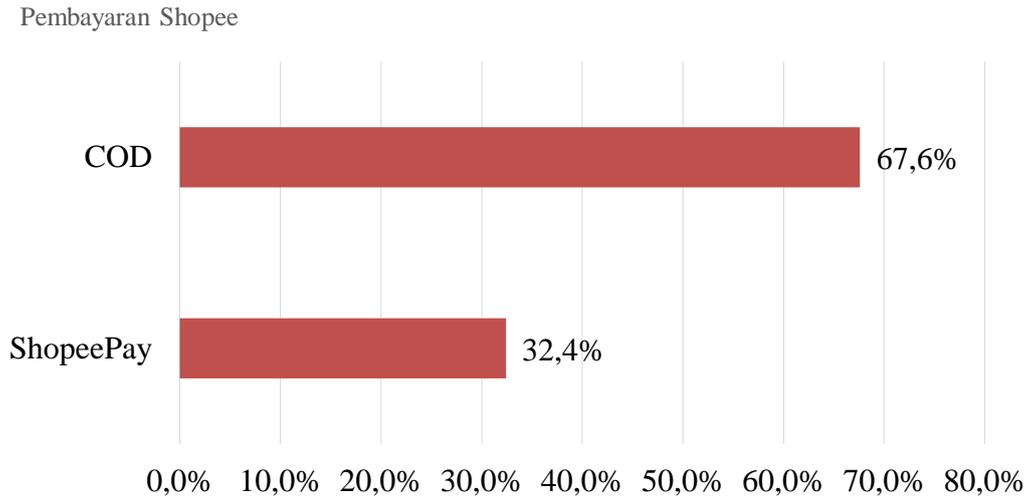
Berikut ini hasil dan pembahasan dari data yang telah didapatkan. Dan disajikan dalam bentuk diagram dan tabel, yang juga menyajikan pembahasan hasil dari data yang telah diperoleh dari responden.

Pengguna Aplikasi Shopee



Gambar 2. Penggunaan Aplikasi Shopee

Dari gambar 2 di atas dapat dilihat bahwa 95,5% mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau menggunakan aplikasi Shopee, dan 4,5% yang tidak menggunakan aplikasi Shopee. Sehingga dapat disimpulkan bahwa aplikasi Shopee sangat populer di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau.



Gambar 3. Pembayaran Shopee

Dari gambar 3 diatas, hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa 67,6% mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau menggunakan metode pembayaran melalui COD, dan 32,4% menggunakan metode pembayaran *ShopeePay*. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah lebih suka bertransaksi dengan menggunakan metode COD dibandingkan dengan metode *ShopeePay*.

Tabel 1. Analisa Pengguna Shopee dan Iklan di Shopee

PERTANYAAN	SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
<b>Analisa Pengguna Shopee</b>					
Aplikasi Shopee tempat berbelanja <i>online</i> terbaik	39,4%	42,4%	18,2%	0,0%	0,0%
Aplikasi Shopee mudah digunakan	43,9%	47,0%	9,1%	0,0%	0,0%
Aplikasi Shopee aman, terpercaya, dan dapat diakses di mana saja	30,3%	33,3%	36,4%	0,0%	0,0%
Aplikasi Shopee memiliki banyak fitur menarik	22,7%	56,1%	21,2%	0,0%	0,0%
Belanja di Shopee lebih efisien dan harga terjangkau	37,9%	48,5%	13,6%	0,0%	0,0%
Aplikasi Shopee memiliki banyak pilihan produk	40,9%	47,0%	12,1%	0,0%	0,0%
Belanja di Shopee karena aktivitas yang padat	22,8%	33,3%	39,4%	1,5%	3,0%
<b>Iklan Shopee</b>					
Tidak merasa terganggu dengan iklan	9,1%	10,6%	39,4%	28,8%	12,1%
Menonton iklan dari awal - akhir	10,6%	6,1%	42,4%	30,3%	10,6%
Mendapatkan informasi dari iklan	9,1%	30,3%	48,5%	9,1%	3,0%

Sumber: Data Diolah Tahun 2023

Tabel 1 pada faktor ini terdiri atas: Aplikasi Shopee tempat belanja terbaik, mudah digunakan, aman, tepercaya, dapat diakses dimana saja, banyak fitur menarik, lebih efisien, harga terjangkau, banyak pilihan produk, dan solusi belanja online terbaik untuk yang memiliki aktivitas yang padat, tidak merasa terganggu terhadap iklan shopee, menontonnya dari awal hingga akhir, dan mendapatkan informasi dari iklan. Dengan demikian perilaku konsumtif dalam penggunaan aplikasi Shopee dengan metode pembayaran melalui *ShopeePay* dan COD pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau memiliki tingkat rata-rata 26,7% Sangat Setuju (SS), 35,5% Setuju (S), 28,0% Netral (N), 7,0% Tidak Setuju (TS), dan 2,8% Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 2. Perilaku Konsumtif, Kepuasan, dan Keputusan Pembelian

PERTANYAAN	SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
<b>Perilaku Konsumtif</b>					
Pengaruh pembelian karena <i>Flash Sale</i> dan Voucher gratis ongkir	33,3%	39,4%	24,3%	1,5%	1,5%
Tetap belanja saat <i>Flash Sale</i> meskipun tidak terlalu membutuhkan produknya	10,6%	13,6%	45,5%	22,7%	7,6%
Belanja hanya ketika <i>Flash Sale</i> besar-besaran	16,7%	21,2%	43,9%	16,7%	1,5%
Membutuhkan waktu yang singkat dalam memutuskan pembelian produk	13,6%	36,4%	40,9%	7,6%	1,5%
<b>Kepuasan Pembelian</b>					
Produk yang di beli selalu sesuai harapan dan memuaskan	16,7%	34,8%	45,5%	3,0%	0,0%
Pembelian ulang ketika puas dengan produk yang dibeli sebelumnya	30,3%	54,5%	15,2%	0,0%	0,0%
<b>Keputusan Pembelian</b>					
Merasa yakin ketika membeli produk	16,7%	31,8%	50,0%	1,5%	0,0%
Melakukan pembelian produk karena kebutuhan	30,3%	48,5%	19,7%	1,5%	0,0%
Melakukan pembelian produk karena mengikuti <i>trend</i>	10,6%	12,1%	50,0%	18,2%	9,1%
Melakukan pembelian produk karena melihat iklan Shopee	9,1%	18,2%	48,4%	15,2%	9,1%

Sumber: Data Diolah Tahun 2023

Tabel 2 pada faktor ini terdiri atas: pengaruh *flash sale* dan gratis ongkir, tetap melakukan pembelian saat *flash sale* meskipun tidak butuh, belanja hanya ketika *flash sale*, sesuai harapan dan memuaskan, pembelian ulang, merasa yakin ketika membeli, melakukan pembelian karena kebutuhan, mengikuti tren, dan melihat iklan. Dengan demikian perilaku konsumtif dalam penggunaan aplikasi Shopee dengan metode pembayaran melalui *ShopeePay* dan COD pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau memiliki tingkat rata-rata 18,8% Sangat Setuju (SS), 31,1% Setuju (S), 38,3% Netral (N), 8,8% Tidak Setuju (TS), dan 3,0% Sangat Tidak Setuju (STS) terhadap faktor perilaku konsumtif, kepuasan, dan keputusan pembelian.

Tabel 3. Pembayaran melalui ShopeePay dan COD

<b>PERTANYAAN</b>	<b>SS (%)</b>	<b>S (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>TS (%)</b>	<b>STS (%)</b>
<b>Pembayaran melalui <i>ShopeePay</i></b>					
<i>ShopeePay</i> sangat efisien	21,2%	41,0%	34,8%	1,5%	1,5%
Puas dalam pembayaran melalui <i>ShopeePay</i>	22,7%	31,8%	41,0%	3,0%	1,5%
Mendapatkan potongan harga / <i>Cash Back</i> melalui <i>ShopeePay</i>	22,7%	37,9%	31,8%	1,5%	6,1%
Mendapatkan <i>Voucher</i> gratis ongkir saat transaksi melalui <i>ShopeePay</i>	25,8%	28,8%	37,9%	3,0%	4,5%
Mendapatkan gratis koin Shopee saat transaksi melalui <i>ShopeePay</i>	22,7%	31,8%	38,0%	4,5%	3,0%
<b>Pembayaran melalui COD</b>					
COD sangat efisien	30,3%	45,5%	24,2%	0,0%	0,0%
Puas dalam pembayaran melalui COD	28,8%	48,5%	19,7%	1,5%	1,5%
Mendapatkan potongan harga / <i>Cash Back</i> melalui COD	19,7%	37,9%	39,4%	1,5%	1,5%
Mendapatkan <i>Voucher</i> gratis ongkir saat transaksi melalui COD	25,8%	43,9%	24,2%	6,1%	0,0%
Mendapatkan gratis koin Shopee saat transaksi melalui COD	19,7%	36,4%	37,9%	6,1%	0,0%

Sumber: Data Diolah Tahun 2023

Tabel 3 pada faktor ini terdiri atas: Pembayaran yang sangat efisien, kepuasan dalam pembayaran, potongan harga/*cash back*, *voucher* gratis ongkir dan gratis koin Shopee. Dengan demikian, perilaku konsumtif dalam penggunaan aplikasi Shopee dengan metode pembayaran melalui *ShopeePay* dan COD pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau memiliki tingkat rata-rata 23,9% Sangat Setuju (SS), 38,3% Setuju (S), 32,9% Netral(N), 2,9% Tidak Setuju, dan 2,0% Sangat Tidak Setuju (STS) terhadap faktor pembayaran melalui *ShopeePay* dan COD.

Tabel 4. Kualitas Layanan Penjual, Pengirim (Kurir) dan Rekomendasi Produk

<b>PERTANYAAN</b>	<b>SS (%)</b>	<b>S (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>TS (%)</b>	<b>STS (%)</b>
<b>Kualitas Layanan Penjual dan Pengirim (Kurir)</b>					
Puas dengan layanan pengirim saat transaksi <i>ShopeePay</i>	22,7%	36,4%	37,9%	1,5%	1,5%
Puas dengan layanan pengirim saat transaksi COD	31,8%	42,4%	25,8%	0,0%	0,0%
Pengiriman melalui Shopee sangat cepat	15,2%	36,4%	42,4%	4,5%	1,5%
Pelayanan kurir pengiriman sangat ramah dan cepat tanggap	19,7%	34,8%	45,5%	0,0%	0,0%
Pelayanan penjual sangat ramah dan cepat tanggap	16,7%	47,0%	36,3%	0,0%	0,0%
<b>Rekomendasi Produk</b>					
Medapatkan rekomendasi produk dari	19,7%	54,5%	25,8%	0,0%	0,0%

teman dan keluarga					
Merekomendasi produk yang dibeli kepada teman dan keluarga	22,7%	50,0%	25,8%	1,5%	0,0%

Sumber: Data Diolah Tahun 2023

Tabel 4 pada faktor ini terdiri atas: kepuasan terhadap layanan pengirim saat transaksi *ShopeePay* dan COD, Pengiriman cepat, pelayanan kurir ramah dan cepat tanggap, penjual ramah dan cepat tanggap. Dengan demikian perilaku konsumtif dalam penggunaan aplikasi Shopee dengan metode pembayaran melalui *ShopeePay* dan COD pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau memiliki tingkat rata-rata 21,2% Sangat Setuju (SS), 43,1% Setuju (S), 34,2% Netral (N), 1,1% Tidak Setuju (TS) dan 0,4% Sangat Tidak Setuju (STS) terhadap faktor kualitas layanan penjual, pengirim (kurir) dan rekomendasi produk, sebagaimana tabel 5.

Tabel 5. Alasan Penggunaan Aplikasi Shopee

Kategori	%
Simple, Praktis, dan Mudah digunakan	43,9%
Diskon, Promo, <i>Voucher</i> , dan Harga Terjangkau	16,7%
Murah, Hemat, dan Aman Terpercaya	13,6%
Urgent, Efisien, Cepat, dan Ringkas	10,6%
Kebutuhan dan Banyak Pilihan	6,1%
Populer	6,1%
N/A	3,0%

Sumber: data diolah tahun 2023

### Tanggapan terhadap Penggunaan Aplikasi Shopee

Dalam bagian pertanyaan kuisisioner Putri Christina mengemukakan bahwa aplikasi Shopee memiliki harga yang jauh lebih murah dan terjangkau. Selain itu Shopee juga memberikan banyak fitur-fitur menarik, sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan transaksi pembelian.

“Selain harganya lebih murah dan terjangkau, banyak fitur-fitur di dalam aplikasi tersebut untuk mendapatkan *voucher*, *cashback*, dan koin”. (PC: 17/12/2023).

Mairoza juga mengemukakan bahwa pembelian produk di aplikasi Shopee sangat cepat. Selain itu konsumen juga dapat berkomunikasi dengan penjual melalui fitur *chat* yang telah disediakan, sehingga konsumen dapat menanyakan produk sebelum melakukan pembelian.

“Karena Setiap pembelian barang di Shopee lebih cepat, trus kita bisa menanyakan kepenjual produk yang mau kita beli, diskon shopee juga banyak”. (M:18/12/2023).

Hal ini juga dirasakan oleh Vania Palidita. Dirinya merasakan kemudahan dalam berbelanja secara *online*, karena memiliki pilihan produk yang banyak. Disamping itu, Shopee juga memiliki banyak diskon yang dapat menarik minat pembeli.

“Karena kemudahan berbelanja online, pilihan produk yang luas, diskon menarik, dan sistem pembayaran yang aman”. (VP: 19/12/2023).

Dapat disimpulkan bahwa aplikasi Shopee merupakan aplikasi belanja *online* yang sangat diminati karena kemudahan dalam pemakaiannya dan juga produk yang dijual memiliki harga yang sangat terjangkau dibandingkan dengan toko *offline*. Selain itu, untuk menarik pembeli Shopee banyak menyediakan fitur-fitur menarik, seperti: diskon, *cash back*, *voucher* gratis ongkir, dan masih banyak lagi, sebagaimana tabel 6.

Tabel 6. Alasan Melakukan Pembayaran Melalui *ShopeePay*

Kategori	%
N/A	47,0%
Simpel, Cepat, Hemat dan Aman Terpercaya	18,2%
Jarang dirumah	16,7%
Diskon, Gratis Ongkir, dan Harga Terjangkau	10,6%
Tidak Mampu COD, dan Jarang Memegang Uang Tunai	4,5%
Mengurangi Biaya Penangan	3,0%

Sumber: Data Diolah Tahun 2023

### Tanggapan terhadap Metode Pembayaran *ShopeePay*

Dalam bagian pertanyaan kuisioner Ela Juliyaning mengemukakan bahwa metode pembayaran *ShopeePay* membuat mereka dapat berpergian kapanpun tanpa takut akan belum bayar, karena pembayarannya sudah dilakukan saat diawal melakukan pembelian. Jadi kurir hanya perlu mengantarkan tanpa meminta uang pembayaran.

“Karena kadang tidak ada orang dirumah dan biar tidak repot mencari-cari uang saat kurir lagi sampe di tujuan untuk mengirim paket, dan juga kita lebih leluasa berpergian kesana kesini tanpa takut kurir datang ke rumah dengan belum membayar paket kita”. (EJ: 18/12/2023).

Hal ini juga dirasakan oleh Meesy Anugrah. Dirinya merasa bahwa metode *ShopeePay* dapat membuat dirinya berpergian kapan pun, sehingga ketika dirinya tidak ada di rumah paket bisa diambil oleh keluarga atau tetangga, tanpa perlu harus dibayar. Ternyata metode *ShopeePay* tidak memiliki tambahan pembayaran jasa layanan seperti COD, dan juga konsumen dapat melakukan *cash back* koin shopee dalam pembelian produk.

“Karena kadang di rumah tidak ada orang. Jadi kalau misalnya kita titip ‘kan paket sama orang gak perlu memberi beban terlalu banyak untuk tetangga, dan lebih ringan karna gak ada kenak jasa layanan COD, kemudian pake *ShopeePay* bisa *cashback* koin”. (MA: 19/12/2023).

Sedangkan, Wanda Berliandes mengemukakan bahwa metode pembayaran *ShopeePay* lebih mudah untuk digunakan, dan ternyata metode pembayaran *ShopeePay* juga memberikan banyak *voucher* menarik yang bisa diklaim oleh konsumen.

“Karena lebih mudah *plus* banyak *voucher* yang bisa diklaim”. (WB: 17/12/2023).

Dapat disimpulkan bahwa pembayaran dengan metode *ShopeePay* dapat membuat konsumen berpergian kapanpun dan tidak perlu khawatir dalam melakukan pembayaran ketika paket sampai. *ShopeePay* juga tidak memiliki jasa layanan seperti COD, yang membuat konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk membeli produk. Bahkan *Shopeepay* juga menyediakan *cash back* koin Shopee yang dapat mengurangi nominal pembayaran produk. Dan juga masih banyak *voucher* menarik yang disediakan oleh metode pemabayaran *ShopeePay*, sebagaimana tabel 7.

Tabel 7. Alasan Melakukan Pembayaran Melalui COD

Kategori	%
Aman dan Terpercaya	34,8%
Tidak Ada Saldo	22,7%
Praktis, Sempel, dan Produk PO	19,7%
N/A	19,7%
Jarang di Rumah	3,0%

Sumber: data diolah tahun 2023

### Tanggapan terhadap Metode Pembayaran COD

Dalam bagian pertanyaan di kuisisioner Putri Handayani mengatakan bahwa metode pembayaran COD cukup untuk memberikan rasa aman dan juga dapat mengurangi risiko penipuan.

“Memberikan rasa aman bagi konsumen dan mengurangi risiko penipuan dalam transaksi *online*”. (PH: 17/12/2023).

Ternyata Mutiara Elviona juga mengemukakan hal yang serupa, yang mana memiliki ketakutan adanya penipuan atas produk yang dibeli, atau produk yang dibeli tidak sampai dengan aman.

“Biar barangnya sampe dulu baru bayar, kadang pake *ShopppePay* takut barangnya ga nyampe padahal udah payment”. (ME: 17/12/2023).

Sedangkan, Fitri Raudah mengemukakan bahwa metode COD sangat simple dalam digunakan untuk metode pembayaran.

“Karena dengan menggunakan COD, saya tidak perlu ribet-ribet *top up* dan hanya perlu membayar *cash* ketika barang saya telah sampai”. (FR: 17/12/2023).

Dapat disimpulkan bahwa pembayaran dengan metode COD dapat memberikan rasa aman bagi para konsumen, yang mana juga dapat mengurangi risiko penipuan. Hal ini dikarenakan konsumen melakukan pembayaran ketika produknya telah sampai di rumah, sehingga konsumen bisa melakukan pengecekan produk yang dibeli, apakah telah sesuai dengan yang dipesan, jika produk tidak sesuai dengan yang dipesan maka dapat dikembalikan kepada penjual.

## SIMPULAN

Dari hasil penelitian ini, sekitar 95,5% mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau yang menggunakan aplikasi Shopee, dan 4,5% yang tidak menggunakan aplikasi Shopee. Dari segi metode pembayaran ada sekitar 32,4% yang menggunakan *ShopeePay*, sedangkan untuk metode pembayaran melalui COD sebesar 67,6%. Penggunaan fitur pembayaran secara COD yang lebih banyak dari pada *ShopeePay*, disebabkan karena banyak dari mahasiswa yang beranggapan dengan menggunakan fitur COD mereka akan merasa lebih aman dari risiko penipuan atau paket yang tidak sampai. Oleh sebab itu mahasiswa lebih memilih langkah aman agar paket mereka tetap aman dan tidak merugikan. Jika produk yang sampai tidak sesuai, konsumen dapat mengembalikan langsung kepada kurir yang bersangkutan tanpa harus menunggu waktu yang lama dan proses yang panjang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adilah, H.N., Ardyan Novita, V., Sri Lestari, D., & Haibah, F. (2022). Beli Online, Bayar Offline: Cod Shopee dan Dampaknya terhadap Mahasiswa Millennial. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 6(2).
- Ahdiat, A. (2023). Pengunjung Shopee dan Bibli Naik pada Kuartal II 2023, E-Commerce Lain Turun. *Artikel*. Databoks.Katadata.Co.Id, 1.
- Asih, K.D.C., & Jalari, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Belanja Online Melalui E-Commerce Shopee (Studi Empiris pengguna e-commerce shopee di Boyolali). *JEBDEKER: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur*, 1(2).
- Auliandari, T., Suriyanti, L.H., & Azmi, Z. (2022). Determinan Adopsi E-Commerce dan Pengaruhnya terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus pada UMKM Fashion di Pekanbaru). *Accountia Journal (Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)*, 6(2).
- Azka Fikri. (2021). Pengaruh Penggunaan *Shopeepay* sebagai Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Usu. *Komunika*, 17(2).
- Bagus Dwi Cahyo, V.F.S.F.D.A. (2023). Pengaruh E-Commerce Shopee dan Kemudahan Bertransaksi terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung. *Artikel*. 4(2).
- Benedicta, S.S. (2023). Perlindungan Hukum terhadap Penjual dalam Transaksi Jual Beli Online dengan Metode Pembayaran Cash on Delivery (COD). *UNES Law Review*, 5(4).
- Dewi, L.G.K., Herawati, N.T., & Adiputra, I.M.P. (2021). Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 5(1).
- Lestari, D., & Pratomo, D. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Layanan Cash on Delivery (COD) Menggunakan Metode Delone and Mclean (Studi Kasus pada Aplikasi Shopee) Factors Affecting Cash on Delivery (COD) Service User Satisfaction Using Delone and Mclean Metho. *Artikel*. 8(6).

- Luh, N., & Erma, P. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Shopeepay terhadap Kepuasan Mahasiswa dalam Berbelanja pada Ecommerce Shopee. *Artikel*. 7(3).
- Rizky, Rafieqah Nalar and Mahardika, A. (2023). Tanpa Judul. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(4).
- Sahrullah, S. (2023). Sistem Pembayaran Cash on Delivery (COD) pada E-Commerce Ditinjau dari Maqashi Syariah. *Jeyya*, 6(1).