

## Pengaruh Pembayaran COD (*Cash On Delivery*) Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada *E-Commerce* Shopee

Norra Isnasia Rahayu<sup>1</sup>, Rina Marleni<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau, Pekanbaru

E-mail: norraisniasarahayu@umri.ac.id

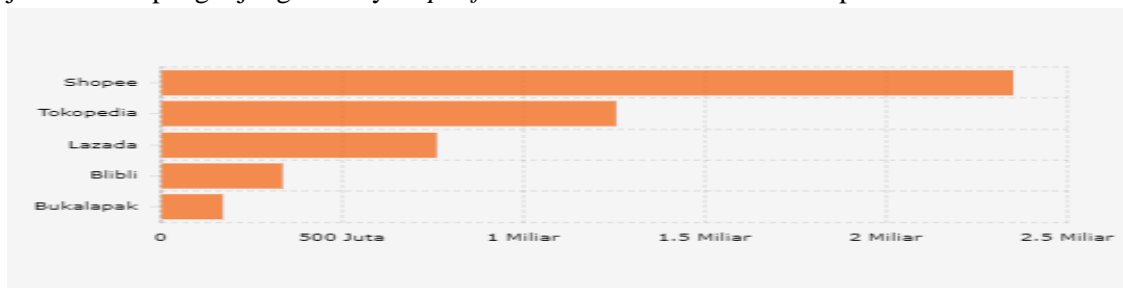
### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pembayaran COD (*Cash On Delivery*) terhadap minat beli mahasiswa pada *e-commerce* Shopee. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembayaran COD berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa pada *e-commerce* Shopee. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung (13,718) lebih besar dari t tabel (1,985) dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan pembayaran COD, maka semakin tinggi pula minat beli mahasiswa pada *platform e-commerce* Shopee. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan bagi pengguna Shopee yang memanfaatkan metode pembayaran COD agar lebih bijak dalam menyikapi kemudahan pembayaran tersebut untuk menghindari perilaku konsumtif. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian serupa di tempat atau lokasi yang berbeda serta menambahkan variabel lain yang mempengaruhi minat beli konsumen di *e-commerce*.

**Kata kunci:** COD (*Cash on Delivery*), Minat Beli, *E-commerce* Shopee.

### PENDAHULUAN

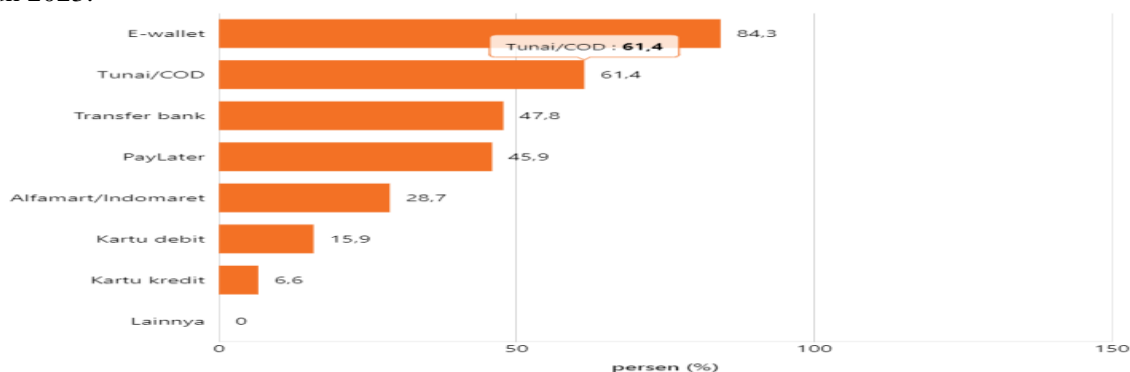
*E-Commerce* merupakan pendekatan baru di dunia bisnis yang memanfaatkan jaringan dan internet. *E-commerce* mencakup seluruh rangkaian proses bisnis mulai dari pengembangan produk dan jasa, kegiatan pemasaran, proses penjualan, sistem pengiriman, layanan hingga sistem pembayaran kepada pelanggan yang di dukung oleh mitra yang lebih luas. Berikut ada 5 jumlah data pengunjung terbanyak *platform e-commerce* di Indonesia pada tahun 2023:



Gambar 1.1 Pengguna Platfrom *E-Commerce* di Indonesia tahun 2023

Berdasarkan dari sumber databoks.katadata.co.id yang dilansir pada halaman web (Ahdiat 2024) kunjungan terbanyak *e-commerce* sepanjang tahun 2023 diraih oleh *platform e-commerce* Shopee yang mencapai jumlah pengunjung sebanyak 2,3 miliar, yang di susul oleh Toko Pedia sebanyak 1,25 milyar, Lazada sebanyak 7,62 juta pengunjung, Blibli sebanyak 337 juta pengunjung dan Bukalapak sebanyak 168 juta pengunjung. Masyarakat lebih memilih aplikasi

shopee, karena adanya pergeseran kebiasaan masyarakat dalam berbelanja dari pasar tradisional menjadi online menggunakan *platform e-commerce* dan shopee di nobatkan sebagai salah satu aplikasi belanja online pertama yang meraih pengakuan sebagai aplikasi terbaik, karena menawarkan produk, kemudahan dan keuntungan bagi para penggunanya (Hermansyah, et al. 2023). Berbelanja di shopee menawarkan berbagai keuntungan diantaranya sering mengadakan promo, pengiriman gratis ongkir, layanan COD (*cash on delivery*), fitur obrolan antar pelaku bisnis dan pembeli, diskon menggiurkan, harga yang bersahabat, banyaknya penjual dan tersedia berbagai opsi pembayaran yang beragam. Kemudahan ini adalah inovasi *e-commerce* shopee untuk menarik minat beli dan menyakinkan pembeli bahwa berbelanja online mudah dan aman. Berikut adalah metode pembayaran *e-commerce* yang sering dipakai di Indonesia pada tahun 2023:



Gambar 1.2 Metode Pembayaran *E-Commerce* di Indonesia tahun 2023

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

Dari data diatas, metode pembayaran terbanyak *e-commerce* tahun 2023 berdasarkan dari sumber databoks katadata.co.id yang dilansir dihalaman web (Muhamad 2023) adalah *e-wallet*. Walaupun begitu 61,4% penggunaan *e-commerce* masih memilih metode pembayaran COD, dengan alasan COD memberikan jaminan saat membeli barang dan memberikan keamanan lebih, karena proses pembayaran dilakukan setelah konsumen menerima barang. Sistem pembayaran dengan cara menggunakan metode COD (*cash on delivery*) itu menjadi sebuah daya tarik tersendiri dari kegiatan belanja online, sebab pesanan akan dikirim langsung ke alamat tujuan dan proses pembayaran akan dilakukan saat pesanan sudah diterima, seperti aplikasi shopee yang menawarkan pembayaran dengan metode sistem COD (*cash on delivery*). Namun, cara pembayaran menggunakan metode COD (*cash on delivery*) ini memiliki biaya penangganan atau administrasi dari total belanjaan, dengan kata lain biaya administrasi akan meningkat seiring banyaknya total belanjaan.

## TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

*E-Commerce* atau perdagangan eletronik secara umum dapat dipahami sebagai segala bentuk kegiatan transaksi penjualan dan pembelian barang maupun jasa yang memanfaatkan media elektronik, khususnya internet sebagai media utamanya. Menurut Emi Puspita Dewi (2022), *e-commerce* ialah *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.. Menurut (Riphat 2022), *e-commerce* dapat didefenisikan dari beberapa sudut pandang, diantaranya:

- a. Komunikasi, yaitu *e-commerce* memungkinkan pengiriman barang, layanan, informasi, atau proses pembayaran melalui jaringan komputer maupun perangkat elektronik lainnya. Teknologi ini memfasilitasi pertukaran data dan transaksi secara digital, tanpa perlu dilakukan secara fisik atau tatap muka.
- b. Proses bisnis, yaitu *e-commerce* termasuk penerapan teknologi untuk mengotomatisasi transaksi bisnis dan alur kerja dalam bisnis.
- c. Layanan yaitu, *e-commerce* merupakan alat yang dapat memenuhi kebutuhan perusahaan, konsumen, serta manajemen. Melalui sistem ini, perusahaan dapat menekan biaya operasional layanan, seraya meningkatkan kualitas barang dan kecepatan pengiriman kepada pelanggan. Dengan kata lain, *e-commerce* memfasilitasi efisiensi biaya layanan, namun tetap menjaga atau bahkan meningkatkan standar produk dan proses pengiriman.
- d. Daring, yaitu *e-commerce* memberikan kemampuan untuk melakukan transaksi jual-beli barang maupun pertukaran informasi melalui jaringan internet dan sarana digital lainnya.

#### **Pembayaran COD (*Cash On Delivery*)**

Menurut Riphath (2022), pembayaran COD (*cash on delivery*) ialah salah satu opsi pembayaran yang sering dipakai untuk transaksi jual-beli pada *platform e-commerce*. Metode ini memungkinkan konsumen untuk membayar secara tunai pada saat menerima barang atau produk yang mereka pesan, berbeda dengan metode pembayaran lain yang mengharuskan konsumen melakukan transfer terlebih dahulu. Baskara dan Umayana (2021), aplikasi shopee menyediakan layanan pembayaran *cash on delivery* (COD) yang dapat memudahkan pembeli dalam melakukan pembayaran terhadap barang yang dipesan tanpa harus keluar rumah, tanpa perlu transfer bank, tanpa *money* elektronik dan pembayaran sistem COD dapat mengurangi resiko barang yang dipesan tidak sampai kepada penjual. Metode pembayaran COD di *e-commerce* shopee berlaku tanpa minimal belanjaan dan maksimal Rp.5000.000,00 per pesanan.

Menurut (Sianturi, et al. 2023) persenan biaya penanganan COD, diantaranya:

1. Untuk pesanan COD pertama hingga ketiga kali tidak akan dikenakan biaya penanganan.
2. Untuk pesanan COD keempat dan seterusnya di kenakan biaya penanganan sebesar 4% dari harga pembelian.
3. Khusus pesanan yang dilakukan melalui sistem *dropshipper* dengan pembayaran sistem COD, maka dikenakan biaya penanganan sebesar 9% dari harga pembelian.

#### **Minat Beli**

Menurut (Utami, et al. 2023) minat beli merupakan perilaku yang muncul pada konsumen yang dipengaruhi oleh keyakinan terhadap kualitas produk dan harga yang ditawarkan oleh pelaku bisnis. Menurut Mahendra (2021) Minat beli merupakan sebuah kondisi di mana konsumen memiliki rencana atau keinginan untuk membeli produk tertentu di masa mendatang. Minat beli erat kaitannya dengan proses pengambilan keputusan konsumen, di mana mereka mempertimbangkan berbagai faktor sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. Pengambilan untuk sebuah keputusan dalam proses pembelian suatu produk di *platform e-commerce* salah satunya yang dapat mempengaruhi dalam pembelian tersebut adalah ulasan serta ranting dari pembelian produk, karena ulasan dan ranting dapat menjawab rasa ingin tahu pembeli tentang suatu produk dan dapat membantu pembeli untuk mengambil keputusan dalam

membeli produk yang diinginkan contohnya aplikasi shopee yang menyediakan ranting serta ulasan tentang produk yang dijual.

### Hipotesis

Berdasarkan pada kajian literatur penelitian terdahulu dan kerangka konseptual yang dibangun, maka hipotesis penelitian yang dapat dirumuskan ialah “Terdapat pengaruh antara pembayaran COD terhadap minat beli mahasiswa pada *e-commerce* shopee”.

## METODE PENELITIAN

Penelitian beralokasikan di Universitas Muhammadiyah Riau di jalan Tuanku Tambunsai, Kec. Tampan, Kel. Delima, Kota Pekanbaru, Riau. Dipilihnya lokasi penelitian ini dikarenakan relevan dengan topik penelitian dan lokasi sudah cukup memenuhi kriteria untuk pengambilan sampel. Jenis penelitian ini ialah penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis dan menggambarkan fenomena secara numerik dengan pendekatan survey. Pengumpulan data dalam metode survei dilakukan melalui teknik pengamatan atau penyebaran kuesioner. Dalam sebuah penelitian, data dapat dibedakan menjadi dua jenis utama, yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer untuk penelitian ini diperoleh melalui *questioner* yang disebarkan kepada responden. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau, Untuk pengumpulan data primer menggunakan *questioner* dan data sekunder dikumpulkan berupa dokumentasi Universitas Muhammadiyah Riau. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah mahasiswa yang aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau dari tahun 2021-2023 dengan jumlah 99 responden dimana jumlah sampel tersebut diperoleh dengan menggunakan rumus *Slovin*.

### Hasil Regresi Sederhana

Uji regresi linear sederhana merupakan pengujian statistik yang dilakukan pada data yang terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Dalam uji regresi linear sederhana, variabel-variabel tersebut memiliki hubungan kausal, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan formulasi regresi linear sederhana, dengan formulasi regresi linear sederhana yaitu:

$$Y = a + bX$$

**Tabel Hasil Uji Regresi Sederhana**  
*ficients*

Model	<i>Unstandardized ficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
	B	Std, Error	Beta		
1 (constant)	4.554	1.161		3.922	.000
Pembayaran COD	.762	.056	.812	13.718	.000

a. *Dependent Variable*: Minat Beli Mahasiswa

*Sumber* : Data olahan 2024

$$Y = a + bX$$

$$Y = 4,554 + 0,762X$$

Dari hasil uji di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan persamaan regresi yang diperoleh, terlihat bahwa nilai konstanta adalah 4,554. Hal ini berarti jika variabel Pembayaran COD (X) konstan atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Minat Beli Mahasiswa (Y) akan sebesar 4,554.
2. Hasil uji analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel Pembayaran COD bernilai 0,762. Angka ini mengindikasikan bahwa jika variabel Pembayaran COD mengalami kenaikan sebesar 1% sementara variabel lain konstan, maka Minat Beli Mahasiswa akan meningkat sebesar 0,762.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Parsial ( Uji-T)

Uji parsial atau uji T bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam pengujian ini, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% atau 0,05, dengan nilai t tabel sebesar 1,985.

Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji T adalah:

1.  $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $\alpha < 0,05$
2.  $H_0$  ditolak jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $\alpha > 0,05$

**Tabel Hasil Uji T (Parsial)**

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (constant)	4.554	1.161		3.922	.000
Pembayaran COD	.762	.056	.812	13.718	.000

a. *Dependent Variable:* Minat Beli Mahasiswa

Sumber : Data olahan 2024

Berdasarkan hasil Uji T (Parsial) yang telah dilakukan di atas, diperoleh bahwa nilai  $t_{hitung} = 13,718$  dengan  $t_{tabel}$  1,985 yang mana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi 0,000 dengan probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa Minat Beli Mahasiswa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Pembayaran COD.

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau dan mengelola data hasil dari responden dengan menggunakan aplikasi SPSS 23. Berdasarkan hasil regresi yang dilakukan pada penelitian ini diperoleh hasil regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 4,554 + 0,762X$$

Berdasarkan hasil dari regresi tersebut yang memiliki nilai konstanta variabel Minat Beli sebesar 4,554 dan pada koefisien X sebesar 0,762 sehingga mengandung arti pada setiap penambahan 1% nilai Pembayaran COD, maka nilai Minat Beli bertambah 0,762 maka disimpulkan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif. Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa variabel Pembayaran COD memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 13,718 dengan nilai signifikansi 0,000. Secara statistik menunjukkan bahwa hasil  $t_{tabel}$  yaitu sebesar

1,985 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 karena signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa memiliki pengaruh yang signifikan antara Pembayaran COD terhadap Minat Beli pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau. Pembayaran COD dapat meningkatkan Minat Beli, karena pembeli dapat melakukan pembayaran tunai kepada kurir di saat barang yang dipesannya sudah diterima.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pembayaran COD berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa pada *e-commerce* Shopee. Hasil uji parsial atau uji T menunjukkan nilai t hitung sebesar 13,718 dengan tingkat signifikansi 0,000. Secara statistik, nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 1,985, dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi penggunaan pembayaran dengan sistem *cash on delivery* (COD), maka semakin tinggi pula minat beli mahasiswa pada *platform e-commerce* Shopee. Dengan kata lain, ketersediaan opsi pembayaran COD dapat meningkatkan minat beli mahasiswa dalam melakukan transaksi di Shopee.

### SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, ada beberapa rekomendasi yang dapat diberikan: Bagi pengguna aplikasi Shopee yang memanfaatkan metode pembayaran *cash on delivery* (COD), disarankan agar lebih bijak dan efektif dalam menyikapi kemudahan pembayaran tersebut. Hal ini untuk menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian serupa di tempat atau lokasi yang berbeda, serta menambahkan variabel lain sebagai faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Hal ini dapat memberikan perspektif yang lebih luas dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli pada *platform e-commerce*.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, Adi. 2024. "5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023." *databoks*. Diambil(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>).
- Almunawar, M. N., et al. 2020. *Handbook of Research on Innovation and Development of E-Commerce and E-Business in ASEAN*. IGI Global.
- Andriani, Eva Ririn. 2022. "Pengaruh Sistem Pembayaran COD, Gratis Ongkir Dan Review Pembeli terhadap Minat Beli Baju Di Lazada." *Seminar Nasional Hasil Skripsi* 1(01):297–301.
- Baskara, T. T. Y., et al. 2021. *Karya Kreatif Era Pandemi*. SCU Knowledge Media.
- Emi Puspita Dewi, S. S. I. M. S. 2022. *Manajemen Pemasaran Hasil Pengelolaan Bank Sampah Melalui E-commerce*. Pale Media Prima.
- Hermansyah, Tedi, et al. 2023. "Pengaruh Pembayaran COD ( Cash on Delivery ) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee." *Al-Amal* 2(1):35–42.
- Ifada, M. Y. N. 2022. *E-Commerce: Konsep dan Teknologi*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Mahendra, Rizaldi Reza. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Online Marketing, Electronic Word Of Mouth, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Fellas.CO." *Performa* 6(3):255–64. doi: 10.37715/jp.v6i3.2528.
- Maisyura, et al. 2022. "Analysis Of Cash On Delivery (COD) Payment Methods In Online

- Shopping Transactions In Indonesia.” Proceedings of the 2nd International Conference on Social Science, Political Science, and Humanities (ICoSPOLHUM 2021) 648(ICoSPOLHUM 2021):269–74. doi: 10.2991/assehr.k.220302.040.*
- Muhamad, Nabilah. 2023. “Proporsi Pilihan Metode Pembayaran Digital yang Digunakan Responden saat Belanja di E-Commerce.” *katadata*. Diambil (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/20/e-wallet-metode-pembayaran-digital-yang-paling-banyak-digunakan-warga-ri-saat-belanja-online>).
- Ramadhan, Kenzy, et al. 2023. “Pengaruh Gratis Ongkir , *Discount* , dan Pembayaran *Cash On Delivery* ( COD ) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok *Shop* ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok *Shop* Di Universitas Muhammadiyah.” *SNEBA : Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Bisnis & Akuntansi* 1:588–601.
- Riphat, P. D. I. S. 2022. *Pajak E-Commerce: Sebuah Pengertian Awal*. PT Elex Media Komputindo.
- Sianturi, Frenti, et al. 2023. “Jurnal Bidang Penelitian *Advertising* dan Desain Grafis Tingkat Kepuasan Hak dan Kewajiban Pelanggan E-Commerce Shopee Pada Sistem COD.” *Politeknik Negeri Media Kreatif* 1(1):7–14.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Utami, Milna Asmarita Tri, et al. 2023. “Pengaruh *Brand Image* dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Mixue di Daerah Istimewa Yogyakarta.” *Upajiwa Dewantara* 7(2):55–64.
- Zuhada, Mhd Fathur Rizqi, et al. 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):105–14.