BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini E-Commerce model C2C berkembang pesat di Indonesia contohnya Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan lain-lain. E-Commerce model C2C (Consumer to Consumer) adalah jenis e-commerce yang memfasilitasi antara konsumen-konsumen dari perusahaan e-commerce tersebut yaitu konsumen sebagai penjual dan konsumen sebagai pembeli. Peran e-commerce C2C adalah sebagai pihak perantara antara penjual *(seller)* dengan pembeli *(buyer)*. E-Commerce C2C menyediakan fasilitas berupa fitur-fitur untuk mengelola toko online yang berguna bagi penjual *(seller)* kemudian penjual akan dikenakan biaya, misalnya penjual *(seller)* di Shopee akan dikenakan biaya layanan dan biaya administrasi.

Perkembangan e-commerce C2C perlu menjadi perhatian, karena Indonesia saat ini kekurangan wirausahawan, wirausahawan di Indonesia hanya 3,1 % dari total jumlah penduduk sedangkan negara maju 14 % (Christoforus Ristianto, 2019). Menurut Norman M.Scarborough (2016), *the forces that are driving the growth of entrepreneurship are : (1) Entrepreneurs as heroes, (2) Entrepreneurial education, (3) Demographic and economic factors, (4) Shift to a service economy, (5) Technology advancements, (6) Independent lifestyle, (7) The Internet, cloud computing, and mobile marketing (e-commerce and the world-wide-web), (8) International opportunities.* Dari penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa e-commerce merupakan salah satu faktor pendorong pertumbuhan wirausaha suatu

negara. Dengan hadirnya e-commerce C2C maka akan membantu Indonesia meningkatkan wirausahawan baru.

Dahulu sebelum adanya e-commerce, banyak orang yang takut berwirausaha karena menganggap bahwa menjadi wirausahawan itu mahal, hanya orang kaya yang memiliki banyak modal saja yang berani berwirausaha, misalnya untuk membuka sebuah toko, seseorang harus memikirkan biaya pembangunan gedung toko, biaya pemeliharaan gedung, biaya pembuatan brosur iklan, papan nama, papan iklan, yang semua itu memerlukan modal yang besar. Namun kini dengan adanya e-commerce C2C semua orang memiliki kesempatan untuk menjadi wirausahawan dengan membuat toko *online*, berwirausaha menjadi tidak sesulit dulu karena modal yang dikeluarkan untuk membangun toko *online* tidak semahal modal untuk membangun toko *offline*, selain itu kegiatan promosi/iklan menjadi lebih mudah dan murah dengan menggunakan fitur iklan yang disediakan e-commerce C2C, jangkauan calon pembeli juga menjadi lebih luas, tidak hanya di daerah sekitar toko saja namun sampai ke luar kota bahkan ke luar negeri karena penjual dapat memanfaatkan jasa pengiriman barang yang disediakan e-commerce C2C.

Banyak masyarakat saat ini memilih berwirausaha dengan menjadi *seller* di e-commerce C2C. Ada beberapa alasan seseorang memilih membuka toko di situs e-commerce tertentu misalnya karena *traffic* pengunjung situs e-commerce tersebut sangat besar, ada banyak fitur yang memudahkan dalam mengelola usaha, ada banyak metode pembayaran pada situs e-commerce tersebut, proses pencairan dana

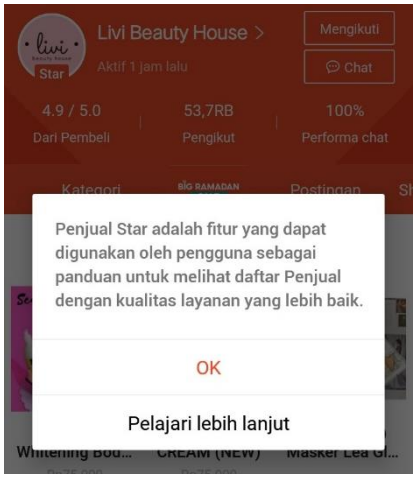
hasil penjualan pada e-commerce tersebut lebih mudah dan tidak memakan waktu, atau ada banyak program khusus yang menguntungkan untuk *seller*, dan lain-lain.

Shopee merupakan salah satu e-commerce C2C terkenal di Indonesia yang menawarkan program-program menarik untuk penjual *(seller)* seperti program *star seller* shopee, program *star+ seller* shopee, program *shopee mall*, dan lain-lain. Salah satu program yang diminati penjual adalah program *star seller* shopee. Banyak penjual yang ingin bergabung dalam program *star seller* shopee karena penjual akan mendapat keuntungan atau bonus dari program ini serta akan mendongkrak kredibilitas tokonya. Program *star seller* shopee adalah program yang diadakan perusahaan e-commerce shopee untuk mengapresiasi penjual yang aktif dan memiliki pelayanan pelanggan yang baik. Apresiasi yang diberikan yaitu berupa pemberian keuntungan atau bonus tertentu kepada penjual. Namun tidak semua penjual dapat bergabung, untuk bergabung dalam program tersebut, penjual perlu memenuhi syarat/kriteria *star seller* yang ditetapkan oleh pihak Shopee.

Tujuan perusaahaan e-commerce Shopee mengadakan program *star seller* adalah untuk mengontrol kualitas penjual yang ada di perusahaannya. Dalam perusahaan e-commerce model C2C (consumer to consumer) seperti Shopee, kualitas penjual *(seller)* yang terdaftar di perusahaannya sangat penting karena dapat mempengaruhi citra baik perusahaan e-commerce tersebut. Semakin banyak penjual tidak berkualitas, maka semakin memperburuk citra perusahaan e-commerce shopee, oleh karena itu untuk meminimalisir maraknya penjual online yang tidak berkualitas, Shopee mengadakan program *star seller* shopee. Dimana dalam program tersebut diatur mengenai kriteria kualitas pelayanan dan kriteria

kualitas produk yang harus dipenuhi *seller* jika ingin mendapat predikat *star seller*. Shopee akan menyeleksi *seller* mana saja yang memenuhi kriteria *star seller* kemudian mengundang *seller* yang memenuhi kriteria tersebut untuk bergabung dalam program *star seller* shopee. *Seller* yang bergabung dalam program *star seller* shopee kemudian akan diberikan beberapa keuntungan dan bonus oleh pihak shopee seperti akan dikenakan biaya layanan yang lebih ringan dari penjual lain, mendapat tag eksklusif/lencana *(badge) star seller* sehingga tokonya lebih terpercaya, mendapat bonus saldo iklan tiap bulan, dan lain-lain.

Program *star seller* yang diadakan Shopee bermanfaat bagi semua pihak baik itu bagi perusahaan e-commerce shopee, pihak penjual *(seller)*, maupun pihak pembeli *(buyer)*. Bagi perusahaan e-commerce Shopee dengan adanya program *star seller* shopee maka akan meningkatkan penjual berkualitas *(star seller)* dalam perusahaannya sehingga meningkatkan citra baik perusahaannya. Bagi pihak penjual *(seller)* dengan adanya program *star seller* shopee maka akan memberikan keuntungan pada penjualannya seperti akan dikenakan biaya layanan yang lebih ringan dari penjual lain, mendapat tag eksklusif/lencana *(badge) star seller* sehingga tokonya lebih terpercaya, mendapat bonus saldo iklan tiap bulan, dan lain-lain. Sedangkan bagi pihak pembeli *(buyer)* dengan adanya program *star seller* shopee maka akan memudahkan pembeli *(buyer)* dalam menemukan toko online terpercaya untuk bertransaksi di sana dengan melihat tag eksklusif/lencana *(badge) star seller* pada toko tersebut.



Gambar 1. 1 Fungsi Fitur Penjual Star(Star Seller) bagi Pembeli

E-commerce C2C merupakan salah satu bentuk sistem perdagangan baru yang semakin melengkapi sistem perdagangan yang sudah ada. Kini sistem perdagangan tidak hanya dilakukan secara *offline* seperti perdagangan di pasar tradisional, namun juga dapat dilakukan secara *online* seperti perdagangan di Shopee, Tokopedia, Blibli.com, dan sebagainya. Terkait masalah mengenai dunia perdagangan baik itu secara *offline* maupun *online*, Islam juga mengatur hal tersebut seperti firman Allah SWT dalam ayat Al-quran berikut ini:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَاْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

"Hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu;sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."(QS.An-Nisa: 29)

اَلَّذِيْنَ يَأْكُلُوْنَ الرِّبٰوا لَا يَقُوْمُوْنَ اِلَّا كَمَا يَقُوْمُ الَّذِيْ يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطٰنُ مِنَ الْمَسِّۗ ذٰلِكَ
بِاَنَّهُمْ قَالُوْٓا اِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبٰواۘ وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰواۗ فَمَنْ جَآءَهٗ مَوْعِظَةٌ مِّنْ رَّبِّهٖ
فَانْتَهٰى فَلَهٗ مَا سَلَفَۗ وَاَمْرُهٗٓ اِلَى اللّٰهِۗ وَمَنْ عَادَ فَاُولٰٓىِٕكَ اَصْحٰبُ النَّارِۚ هُمْ فِيْهَا خٰلِدُوْنَ

"Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)!,(Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi. Tidakkah mereka itu mengira, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, pada suatu hari yang besar, (yaitu) pada hari (ketika) semua orang bangkit menghadap Tuhan seluruh alam. (QS. Al-Muthaffifīn: 1- 6)

Dari ayat tersebut, Allah memerintahkan umatnya untuk memperhatikan kualitas penjual dalam melakukan perdagangan seperti penjual dilarang menjalankan usaha dengan jalan yang bathil (usaha illegal), penjual harus melakukan perdagangan atas dasar suka sama suka (customer service yang baik), dan tidak melakukan kecurangan dalam berdagang (melakukan penipuan). Ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam Islam terdapat perintah untuk melakukan pengaturan mengenai kualitas penjual.

Di zaman modern ini, dengan munculnya e-commerce C2C , pengaturan mengenai kualitas penjual jauh lebih mudah dibanding zaman dahulu yang hanya mengandalkan sistem perdagangan *offline* seperti pasar tradisional dan tidak menggunakan teknologi digital. Dalam e-commerce C2C, kualitas penjual *(seller)* dapat dipantau atau dikontrol dengan mudah, karena pihak e-commerce C2C dapat memperoleh semua data atau informasi yang berkaitan dengan aktivitas penjual *(seller)* secara otomatis dengan menggunakan teknologi digital dan kemudian aktivitas penjual *(seller)* tersebut dapat diseleksi dan diberi penilaian. Aktivitas

penjual *(seller)* yang dinilai disini misalnya seperti kelengkapan berkas, jenis produk yang dijual, jumlah transaksi berhasil, persentase chat dibalas, rating dari konsumen, dan sebagainya.

Saat ini dunia perdagangan umat Islam masih belum berkembang, upaya umat Islam untuk mengatur kualitas penjual atau meningkatkan wirausahawan baru yang berkualitas masih kurang, karena itulah perlu adanya inovasi baru pada sistem perdagangan umat Islam. Umat Islam perlu menemukan cara efektif untuk mewujudkan hal tersebut, apalagi di era modern seperti sekarang ini, sudah banyak bermunculan e-commerce dengan berbagai jenis model, pendirian e-commerce C2C merupakan salah satu langkah yang perlu diteladani untuk meningkatkan wirausahawan *(entrepreneur)* khususnya wirausahawan dalam bidang bisnis online.

Hadirnya e-commerce C2C bahkan tidak hanya sekedar mendorong terciptanya wirausahawan tapi juga dapat menciptakan wirausahawan berkualitas dengan program khusus yang berlaku di dalamnya, sebagai contoh yaitu program *star seller* yang terdapat dalam e-commerce Shopee. Program *star seller* shopee selain menawarkan keuntungan yang bermanfaat bagi penjual *(seller)*, aturan dalam program tersebut dapat mendorong para penjual *(seller)* meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk pada usahanya.

Dari uraian di atas, penelitian mengenai program *star seller* shopee penting untuk dilakukan, karena penulis percaya program ini merupakan cara efektif yang patut diteladani untuk meningkatkan penjual berkualitas dalam suatu pasar perdagangan online (e-commerce), selain itu penulis ingin mengetahui apakah

karena menawarkan berbagai manfaat, program star seller ini mempengaruhi minat para penjual *(seller)* dalam memilih Shopee sebagai tempatnya berbisnis/berwirausaha, maka dari itu penulis tertarik untuk mengangkat judul: "PENGARUH PERSEPSI MANFAAT PROGRAM STAR SELLER SHOPEE TERHADAP MINAT SELLER DI KALIMANTAN SELATAN MEMILIH SHOPEE SEBAGAI E-COMMERCE C2C "

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Apakah terdapat pengaruh persepsi manfaat program *star seller* shopee terhadap minat *seller* di Kalimantan Selatan memilih Shopee sebagai E-Commerce C2C?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

Mengetahui pengaruh program starseller shopee terhadap minat *seller* di Kalimantan Selatan memilih Shopee sebagai E-Commerce C2C.

D. Signifikansi Penelitian

1. Secara Teoritis

   Hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah inovasi baru dalam pengembangan e-commerce syariah dan memberikan wawasan kepada semua pihak yang memerlukan. Serta diharapkan menjadi salah satu pelengkap dari referensi ekonomi syariah.

2. Secara Praktis

a. Bagi penulis: Untuk menerapkan teori dan sebagai bentuk aplikasi keilmuan yang telah diperoleh peneliti selama masa perkuliahan dan memperluas wawasan, pengetahuan, dan pengalaman bagi penulis.
b. Bagi mahasiswa: Sebagai bahan tambahan untuk kajian selanjutnya bagi mahasiswa yang tertarik untuk mengembangkan masalah mengenai e-commerce syariah.
c. Bagi kampus: Dapat menambah koleksi pustaka yang bermanfaat bagi mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin khususnya Ekonomi Syariah**.**

E. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap judul di atas, maka penulis merasa perlu untuk memberikan batasan istilah berkenaan dengan judul di atas:

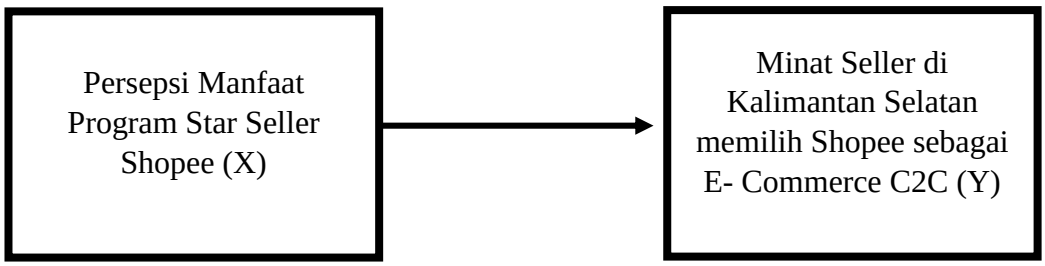
1. Pengaruh adalah gaya yang ada atau timbul dari sesuatu/orang benda yang mengikuti watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.
2. Program *star seller* shopee adalah suatu program khusus untuk penjual (seller) yang diadakan E-Commerce Shopee yang tujuannya untuk mengapresiasi penjual yang aktif dan memiliki pelayanan pelanggan yang baik. Pihak shopee akan menyeleksi penjual yang terdaftar di shopee, kemudian seller yang terpilih atau memenuhi kriteria star seller akan mendapat keuntungan atau bonus dari pihak shopee.
3. Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu; gairah; keinginan.
4. Seller adalah orang/sekelompok orang yang membuat toko online dengan mendaftar melalui situs e-commerce shopee untuk menjual barang/jasanya

ke pembeli *(buyer)*. Seller merupakan konsumen dan wajib mematuhi aturan dan ketentuan yang berlaku dari perusahaan e-commerce shopee.

5. E-Commerce C2C (Consumer to consumer) adalah E-Commerce yang berperan sebagai pihak perantara yang menyatukan penjual *(seller)* dengan pembeli *(buyer)* dengan menyediakan fasilitas-fasilitas baik fasilitas untuk penjual maupun fasilitas untuk pembeli. Peran penjual *(seller)* dan pembeli *(buyer)* adalah sebagai konsumen yang menikmati fasilitas-fasilitas berupa fitur atau program yang di sediakan E-Commerce tersebut.

F. Kerangka Pemikiran

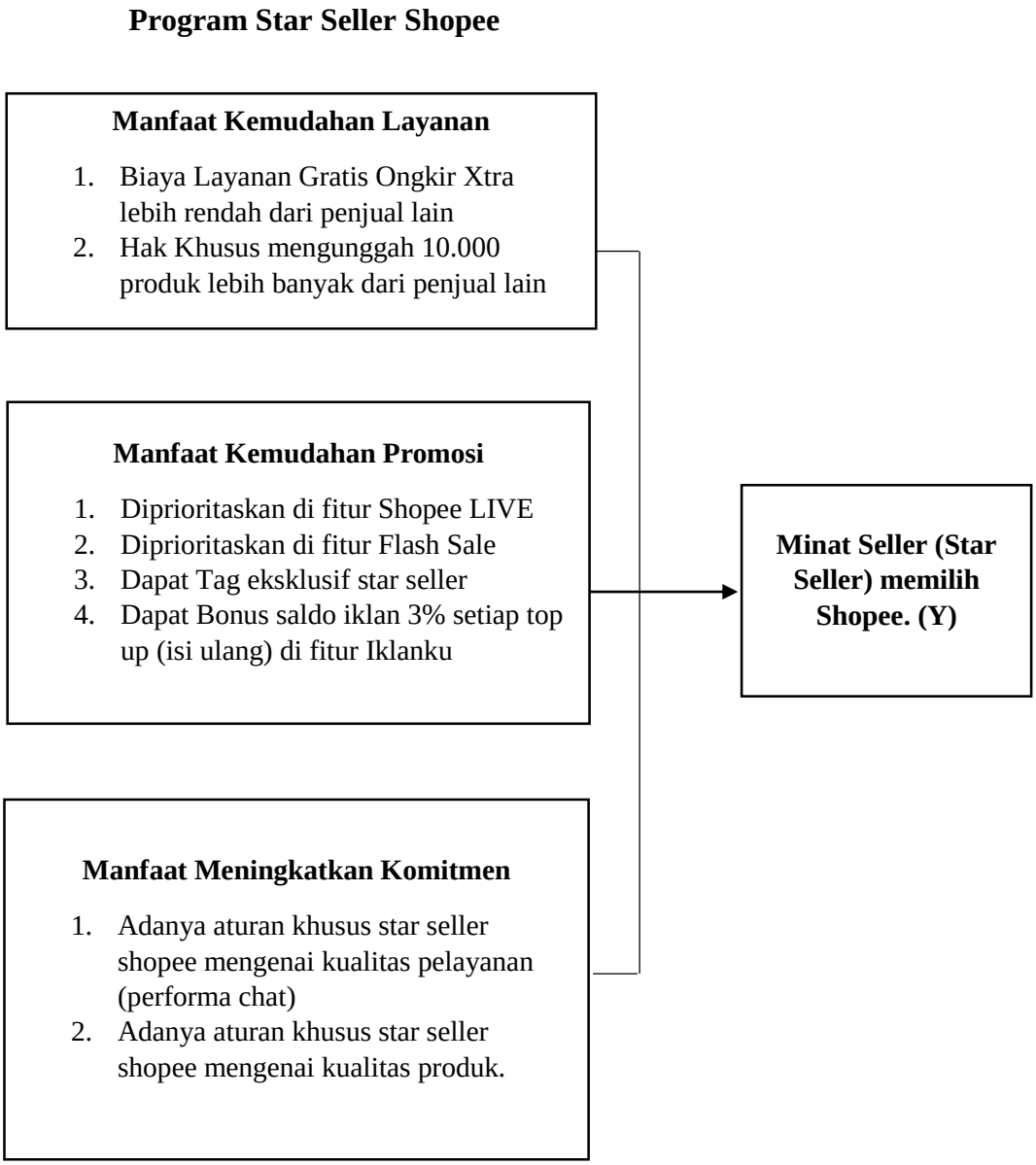
Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran dalam Penelitian

Dalam penelitian ini akan diketahui apakah persepsi manfaat program star seller berpengaruh terhadap minat seller di Kalimantan Selatan memilih Shopee sebagai E-Commerce C2C.

G. Kerangka Konsep Penelitian



Gambar 1. 3 Kerangka Konsep Penelitian

H. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pernyataan mengenai nilai suatu parameter populasi yang dimaksudkan untuk pengujian dan berguna untuk pengambilan keputusan. Menurut Natsir (1998), hipotesis yang baik mempunyai ciri-ciri (a) menyatakan

hubungan,(b) sesuai dengan fakta,(c) sederhana dan dapat diuji, dan (d) dapat menerangkan fakta dengan baik.(Suharyadi, 2018)

Hipotesis yang akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H_0 : $\mu=0$, berarti Program Star Seller Shopee (X) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat seller di Kalimantan Selatan memilih Shopee sebagai E-Commerce C2C (Y)
2. H_1 : $\mu\neq0$, berarti Program Star Seller Shopee (X) berpengaruh secara signifikan terhadap minat seller di Kalimantan Selatan memilih Shopee sebagai E-Commerce C2C (Y)

I. Penelitian Terdahulu

Berikut ini penulis mencantumkan beberapa hasil *paper* penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini. Hal ini untuk mengetahui persamaan dan perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu serta untuk membantu mengembangkan wawasan berfikir peneliti.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ratu Dinar Amalia, mahasiswa Prodi D3 jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom yang berjudul "Analisis Siaran Iklan dan Gratis Ongkos Kirim sebagai Tipu Muslihat di Youtube terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada E-Commerce Shopee)". Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah siaran iklan dan gratis ongkos kirim berpengaruh tehadap minat beli konsumen di Shopee, dan juga untuk mengetahui antara siaran iklan dan gratis ongkos kirim yang lebih memengaruhi minat beli konsumen di Shopee. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel siaran iklan

dan ongkos kirim berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap minat beli konsumen di Shopee.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Paquita Ulfami, mahasiswa jurusan Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya yang berjudul "Pengaruh Desain Produk, Keragaman Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Giyomi melalui Shopee". Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh desain produk, keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada online shop Giyomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain produk, keragaman produk dan harga berpengaruh signifikan secara simultan dan secara parsial terhadap keputusan pembelian.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Halila Titin Hariyanto, mahasiswa jurusan Departemen Teknik Sistem dan Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), yang berjudul "Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online customer review*, *online customer rating*, dan *star seller* terhadap kepercayaan pelanggan hingga keputusan pembelian pada toko online di Shopee. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer review*, *customer rating*, dan *star seller* terbukti memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan pada toko online di Shopee. Kepercayaan terbukti memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keinginan membeli pada toko online Shopee.

Berdasarkan penelaahan penulis pada penelitian terdahulu terdapat beberapa perbedaan antara penelitian yang akan dilakukan penulis dengan penelitian terdahulu di antaranya :

1. Pada penelitian yang dilakukan oleh Ratu Dinar Amalia, meneliti tentang pengaruh siaran iklan dan gratis ongkos kirim terhadap minat beli konsumen di Shopee, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan oleh penulis meneliti pengaruh program starseller terhadap minat seller di Kalimantan Selatan dalam memilih Shopee sebagai E-Commerce C2C yang memiliki variabel dependen dan independen berbeda dengan penelitian tersebut.
2. Pada penelitian yang dilakukan oleh Paquita Ulfami, meneliti tentang pengaruh desain produk, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian onlineshop giyomi (online shop starseller), sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan oleh penulis meneliti pengaruh program starseller terhadap minat seller di Kalimantan Selatan dalam memilih Shopee sebagai E-Commerce C2C yang memiliki variabel dependen dan independen berbeda dengan penelitian tersebut.
3. Pada penelitian yang dilakukan oleh Halila Titin Hariyanto, meneliti tentang pengaruh *online customer review*, *online customer rating*, dan *star seller* terhadap kepercayaan pelanggan hingga keputusan pembelian pada toko online di Shopee, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan oleh penulis meneliti pengaruh program starseller terhadap minat seller di Kalimantan Selatan dalam memilih Shopee sebagai E-Commerce C2C yang memiliki variabel dependen dan independen yang berbeda dari penelitian tersebut.