

Pengaruh Sistem Pembayaran COD-Cek Dulu Terhadap Minat Beli pada E-commerce Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau

Desi Nilam Sari¹ Gani Haryana² Hardisem Syabus³

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia^{1,2,3}

Email: desi.nilam0988@student.unri.ac.id¹ gani.haryana@lecturer.unri.ac.id²
hardisem.syabus@lecturer.unri.ac.id³

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh sistem pembayaran COD-cek dulu terhadap minat beli pada e-commerce Shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 463 dengan sampel 215. Teknik pengambilan sampel menggunakan proportional random sampling. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Uji hipotesis menunjukkan nilai thitung sebesar $20.759 > t_{tabel} 1,971$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$, dari perolehan hasil ini terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara sistem pembayaran COD-cek dulu terhadap minat beli pada e-commerce Shopee. Dengan persentase pengaruh yang diberikan oleh sistem pembayaran COD-cek dulu 66,9% sedangkan sisanya 33,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Sistem Pembayaran COD-Cek Dulu, Minat Beli, E-commerce Shopee

Abstract

The purpose of this study was to analyze the effect of the COD-Check first payment system on purchase interest in Shopee e-commerce among students of Economic Education, FKIP, Riau University. This research method uses a quantitative approach. The population in this study was 463 with a sample of 215. The sampling technique used proportional random sampling. The instrument used was a questionnaire. Hypothesis testing showed a t-value of $20,759 > t\text{-table } 1.971$ with a sig value of $0.000 < 0.05$, from the results there was a positive and significant influence between the COD-check first payment system on purchase interest in Shopee e-commerce. With the percentage of influence given by the COD-check first payment system of 66.9% while the remaining 33.1% was influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: COD Payment System-Check First, Interested in Buying, E-commerce Shopee



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam pola perilaku konsumsi. Chong dan Ali (2022) menyatakan bahwa kemajuan sistem informasi dan teknologi telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dan memenuhi kebutuhannya. Salah satu perubahan mencolok terjadi dalam aktivitas berbelanja, di mana masyarakat tidak lagi harus datang langsung ke toko fisik, melainkan dapat melakukan transaksi secara *online* melalui *e-commerce* dengan bantuan *smartphone* dan koneksi internet. Menurut Adilah et al. (2022), *e-commerce* adalah bentuk pertukaran bisnis yang dilakukan melalui media digital seperti Internet dan perangkat lunak seluler. Sementara itu, Afifah et al. (2023) menjelaskan bahwa *e-commerce* memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan hubungan baru antara penjual dan pembeli, mengubah cara mereka bertransaksi. Hal ini memperkuat posisi *e-commerce* sebagai elemen penting dalam ekonomi digital Indonesia. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pada tahun 2022-2023 jumlah pengguna

internet di Indonesia mencapai 215,63 juta jiwa, atau sekitar 78,19% dari total populasi (275,77 juta). Dari jumlah tersebut, sebanyak 178,9 juta pengguna aktif melakukan transaksi belanja online (CNBC Indonesia dalam Alfian, 2023). Pertumbuhan pesat ini mendorong banyak badan usaha *e-commerce* untuk masuk dan bersaing di pasar Indonesia.

Data dari Indonesia.id menunjukkan bahwa nilai transaksi *e-commerce* Indonesia terus meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2018, nilai transaksi tercatat sebesar Rp105,6 triliun dan mengalami pertumbuhan sebesar 150,24%. Tren pertumbuhan ini berlanjut hingga tahun 2024, dengan nilai transaksi yang diproyeksikan mencapai Rp689 triliun, menunjukkan tingkat pertumbuhan tahunan yang meskipun fluktuatif, tetap positif. Shopee menjadi *e-commerce* dengan jumlah kunjungan tertinggi sepanjang kuartal I hingga III tahun 2024. Shopee mencatat peningkatan kunjungan dari 158 juta di kuartal I menjadi 216,8 juta di kuartal III. Sementara itu, *e-commerce* lain seperti Tokopedia dan Bukalapak mengalami penurunan jumlah kunjungan. Lonjakan kunjungan ini mengindikasikan bahwa Shopee berhasil menarik minat masyarakat melalui strategi pemasaran dan fitur layanan yang menarik. Salah satu kelompok pengguna *e-commerce* yang cukup signifikan adalah kalangan mahasiswa. Bagi mahasiswa, khususnya mereka yang hidup di perantauan, belanja *online* menjadi solusi praktis dan efisien dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Fathima Zahra dan Henny Indrawati (2024) menyatakan bahwa mahasiswa merupakan pengguna aktif *e-commerce*, dengan Shopee sebagai salah satu *platform* favorit. Hasil prasurvei yang dilakukan peneliti terhadap mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau angkatan 2021-2023 menunjukkan bahwa seluruh responden menggunakan Shopee untuk berbelanja *online*. Jumlah mahasiswa pengguna Shopee dari angkatan 2021 sebanyak 107 orang (31%), angkatan 2022 sebanyak 121 orang (35%), dan angkatan 2023 sebanyak 118 orang (34%). Dengan total keseluruhan sebanyak 346 mahasiswa, dapat disimpulkan bahwa Shopee merupakan *platform* belanja *online* pilihan utama bagi mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau. Sebagai kelompok yang dikenal rasional dalam pengambilan keputusan ekonomi, mahasiswa Pendidikan Ekonomi cenderung mempertimbangkan berbagai faktor sebelum melakukan pembelian. Hal ini dipengaruhi oleh kondisi finansial mereka yang terbatas dan kebutuhan untuk berhemat. Mereka membandingkan harga, menilai kualitas produk, serta mempertimbangkan risiko dan kenyamanan sebelum membeli barang, baik secara *online* maupun *offline*.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Shopee menerapkan berbagai strategi pemasaran, salah satunya adalah melalui promosi penjualan (*sales promotion*) seperti diskon, *voucher*, dan *cashback* (Theresia, 2021). Shopee juga menyediakan metode pembayaran yang fleksibel, salah satunya adalah sistem pembayaran *cash on delivery* (COD) dengan inovasi baru yang disebut COD-cek dulu. Sistem ini memungkinkan konsumen membuka paket terlebih dahulu sebelum melakukan pembayaran, sehingga meningkatkan rasa aman dan kepercayaan dalam bertransaksi. Sistem pembayaran COD sebelumnya telah menimbulkan banyak masalah, seperti ketidaksesuaian produk, penipuan oleh penjual, serta rendahnya literasi konsumen dalam membaca deskripsi produk. Oleh karena itu, Shopee memperkenalkan sistem COD-cek dulu sebagai solusi atas masalah tersebut (Arifin & Rosi, 2023). Sistem ini didukung oleh SPX Express yang memungkinkan pembeli untuk langsung mengembalikan barang jika tidak sesuai, bahkan sebelum pembayaran dilakukan (sellers.shopee.com, 2023). Hingga saat ini, berdasarkan survei peneliti, metode COD-cek dulu hanya tersedia di Shopee, tidak ditemukan pada *e-commerce* lain seperti Lazada, Tokopedia, Bilibli, atau Bukalapak. Hal ini diperkuat oleh penelitian Majid (2024) yang menyebutkan bahwa sistem ini eksklusif milik Shopee. Metode pembayaran yang aman dan praktis diyakini dapat meningkatkan minat beli konsumen. Menurut Banggu et al. (2023), sistem

pembayaran yang memberikan rasa percaya akan memunculkan hasrat untuk membeli. Menurut Harahap et al., (2023) COD (*Cash on delivery*) cek dulu merupakan pembayaran tatap muka langsung (*offline*) dengan kurir yang dilakukan saat barang diterima. Minat beli adalah perasaan tertarik setelah mendapatkan dorongan dari produk yang dilihatnya agar melakukan pembelian untuk dapat memiliki produk (Kotler dan Keller 2022).

Dalam konteks Shopee, selain sistem pembayaran COD-cek dulu, promosi seperti gratis ongkir juga berkontribusi besar terhadap peningkatan minat beli. Duanty (2023) menyebutkan bahwa strategi promosi yang dikombinasikan dengan sistem pembayaran yang memudahkan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian lain oleh Qolbi (2024) dan Julianti et al. (2024) juga menunjukkan bahwa gratis ongkir dan sistem COD-Cek Dulu berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, penelitian ini penting untuk dilakukan karena, setelah penelitian ini dilaksanakan diharapkan mahasiswa dapat mengambil keputusan yang lebih bijak saat berbelanja *online* dan dapat menjadi preferensi mahasiswa untuk menggunakan sistem pembayaran COD-cek dulu pada *e-commerce* Shopee untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan bertransaksi. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah sistem pembayaran COD-cek dulu berpengaruh terhadap minat beli pada *e-commerce* Shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner untuk variabel sistem pembayaran COD-cek dulu dan minat beli. Lokasi penelitian ini di Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau. Jumlah populasi 463, sampel penelitian 215 dengan teknik pengambilan sampel *proporsional random sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Data mengenai sistem pembayaran COD-cek dulu diperoleh melalui penyebaran angket penelitian yang terdiri dari 13 butir pernyataan. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel sistem pembayaran COD-Cek Dulu disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Distribusi Frekuensi Variabel Sistem Pembayaran COD-Cek Dulu

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
57 - 65	Sangat Tinggi	74	34%
46 - 56	Tinggi	125	58%
35 - 45	Sedang	11	5%
24 - 34	Rendah	4	2%
13 - 23	Sangat Rendah	1	1%
Jumlah		215	100%

Sumber: Hasil Olahan Data (2025)

Berdasarkan Tabel 1. hasil analisis variabel sistem pembayaran COD-cek dulu dapat dikategorikan tinggi yaitu sebanyak 125 responden (58%), dan ada 1 orang dengan kategori sangat rendah. Artinya, sebagian besar mahasiswa Pendidikan Ekonomi merasakan adanya kemudahan dalam proses pemesanan dan pembayaran saat bertransaksi di Shopee. Selain itu, sistem pembayaran COD-cek dulu dinilai sangat efektif karena memberikan kesempatan kepada pembeli untuk memastikan bahwa barang yang diterima sesuai dengan pesanan, serta mampu menghemat waktu dan biaya. Sistem ini juga dianggap dapat meminimalisir risiko

penipuan melalui perlindungan yang diberikan kepada konsumen. Berikut ini merupakan data mengenai minat beli yang diperoleh melalui penyebaran angket penelitian yang terdiri dari 12 butir pernyataan.

Tabel 2. Data Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
51 - 60	Sangat Tinggi	85	40%
41 - 50	Tinggi	111	51%
32 - 40	Sedang	15	7%
22 - 31	Rendah	4	2%
12 - 21	Sangat Rendah		
Jumlah		215	100%

Sumber: Hasil Olahan Data (2025)

Berdasarkan Tabel 2. hasil analisis variabel minat beli dapat dikategorikan tinggi yaitu sebesar 111 responden (51%), dan tidak ada minat beli yang sangat rendah. Artinya, sebagian besar mahasiswa Pendidikan Ekonomi memiliki minat beli yang tinggi, yang didorong oleh pengalaman positif sebelumnya dalam menggunakan sistem pembayaran COD-cek dulu di *e-commerce* Shopee.

Uji Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan hasil uji prasyarat regresi yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas, yang menunjukkan bahwa data telah memenuhi asumsi-asumsi dasar regresi, maka analisis dapat dilanjutkan dengan penerapan uji regresi linear sederhana guna menguji pengaruh sistem pembayaran COD-cek dulu terhadap minat beli.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

	Unstandardized Coefficients B
(Constant)	9.454
Sistem Pembayaran COD-Cek Dulu	.739

Sumber: Hasil Olahan Data (2025)

Pada Tabel 3. hasil analisis regresi linear sederhana diketahui bahwa constanta sebesar 9.454 dan nilai koefisien regresi sistem pembayaran COD-cek dulu sebesar 0,739. Maka dapat dituliskan kedalam persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut: $Y = 9,454 + 0,739X + e$ Berdasarkan persamaan regresi linear sederhana di atas, dapat disimpulkan bahwa sistem pembayaran COD-cek dulu memberikan kontribusi sebesar 73,9% terhadap minat beli.

Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat, dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

Tabel 4. Hasil Uji t (Parsial)

Model		t	Sig.
1	(Constant)	4.855	.000
	COD-Cek Dulu	20.759	.000

Sumber: Hasil Olahan Data (2025)

Berdasarkan Tabel 4. dapat dilihat masing-masing nilai t_{hitung} dan signifikansi variabel bebas. Diketahui nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 (2-tailed) dengan rumus yaitu: $t_{tabel} = (n-k-1) : \alpha/2$
 $= (215-1-1) : 0,05/2$
 $= 213 : 0,025$
 $= 1,971$

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dengan hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $20,759 > t_{tabel}$ 1,971 maka dapat disimpulkan bahwa sistem pembayaran COD-Cek dulu berpengaruh terhadap minat beli.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel yang dipengaruhi (terikat) dalam sebuah model.

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R Square
1	.669

Sumber: Hasil Olahan Data (2025)

Berdasarkan Tabel 5. diketahui nilai R^2 sebesar 0,669 atau 66,9%. Artinya, persentase pengaruh yang diberikan oleh sistem pembayaran COD-cek dulu terhadap minat beli sebesar 66,9%, sedangkan sisanya 33,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Sistem Pembayaran COD-Cek Dulu Terhadap Minat Beli Pada *E-Commerce* Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pembayaran COD-cek dulu berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada *e-commerce* Shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau. Persentase pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel sistem pembayaran COD-cek dulu terhadap minat beli sebesar 66,9%, sementara sisanya sebesar 33,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini mengindikasikan bahwa sistem pembayaran COD-cek dulu merupakan salah satu faktor dominan yang memengaruhi minat beli mahasiswa di *platform e-commerce* Shopee. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, diketahui sistem pembayaran COD-cek dulu berada pada kategori tinggi dengan jumlah 125 responden (58%). Temuan ini mengartikan bahwa sebagian besar mahasiswa merasakan kemudahan dalam proses pemesanan dan pembayaran yang ditawarkan melalui sistem ini. Selain itu, sistem pembayaran COD-cek dulu juga dipandang efektif dalam memberikan jaminan bahwa barang yang diterima sesuai dengan pesanan, serta mampu menghemat waktu dan biaya transaksi. Aspek ini dinilai penting bagi mahasiswa, yang pada umumnya mengharapkan proses belanja yang praktis, efisien, dan minim risiko. Selanjutnya, hasil analisis deskriptif terhadap variabel minat beli menunjukkan bahwa 111 responden (51%) berada dalam kategori tinggi. Temuan ini memperkuat bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki minat beli yang tinggi, yang dipengaruhi oleh pengalaman positif sebelumnya dalam menggunakan sistem pembayaran COD-cek dulu. Dengan kata lain, pengalaman berbelanja yang aman, nyaman, dan sesuai harapan menjadi faktor pendorong meningkatnya minat beli.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Julianti et al. (2024), yang menyatakan bahwa gratis ongkir dan sistem pembayaran COD-cek dulu secara signifikan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Penelitian lain oleh Qolbi (2024) juga menunjukkan bahwa sistem pembayaran COD memengaruhi minat beli konsumen secara signifikan. Temuan ini juga sejalan dengan teori perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2016), yang menyebutkan bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh harga, kemudahan transaksi, dan tingkat kepercayaan. Oleh karena itu, sistem pembayaran COD-cek dulu dapat dipahami sebagai bentuk strategi transaksi yang mampu meningkatkan minat beli konsumen melalui pemberian rasa aman, kemudahan, serta kepastian dalam bertransaksi secara daring.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan sistem pembayaran COD-Cek dulu terhadap minat beli pada *e-commerce* Shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Adilah, H. N., Novita, V. A., Lestari, D. S., & Haibah, F. (2022). Beli Online, Bayar Offline: COD Shopee dan Dampaknya terhadap Mahasiswa Milenial. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 6(2), 205-224. <https://doi.org/10.22515/academica.v6i2.5710>
- Afifah, D., Pranitiaz, L. M., Manullang, I. A., Sukma, N. F., Hasnakusumah, R. T., & Ramadhani, D. A. (2023). Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Kurir Pada Kasus Wanprestasi Cash On Delivery (COD) Dalam Perjanjian Jual Beli Di E-Commerce Shopee. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 1(3), 121-132. <https://doi.org/10.572349/kultura.v1i3.336>
- Arifin, F., & Rosi, F. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha dalam Metode Transaksi Cod Cek Dulu. *Journal Sains Student Research*, 1(1), 1061-1071. <https://doi.org/10.61722/jssr.v1i1.437>
- Banggu, S. G., Fanggalda, R. E., Kurniawaty, M., & Fanggalda, R. P. (2023). Pengaruh Penggunaan Paylater dan Cash On Delivery terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Shopee di Kota Kupang. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital*, 2(2), 85-94. <https://doi.org/10.35912/jbpd.v2i2.2590>
- Chong, D., & Ali, H. (2022). Literature review: Competitive strategy, competitive advantages, and marketing performance on e-commerce Shopee Indonesia. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(2), 299-309.
- Duanty Rusdiana, L. (2023). Pengaruh metode pembayaran paylater dan cash on delivery (COD) terhadap keputusan pembelian di shopee (studi kasus: mahasiswa ekonomi syariah Universitas Jambi angkatan 2018, 2019, 2020, 2021 dan 2022). Disertasi. Jambi: Universitas Jambi.
- Fathima Zahra, Henny Indrawati, M. R. (2024). Pengaruh Kualitas Website terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee. *JIPP (Jurnal Ilmu Pendidikan)*, 7(12), 13497-13502. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i12.6389>
- Harahap, A. A., Sugianto, S., & Jannah, N. (2023). Analisis Dampak Jual Beli Online Dengan Sistem Cash On Delivery (COD) Terhadap Customer Dan Kurir Dalam Kajian Ekonomi Islam di Kelurahan Sidorame. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 133-151. <https://doi.org/10.55606/optimal.v3i2.140>



- Julianti, W., Fazri, A., & Hasbullah, H. (2024). Pengaruh Gratis Ongkir dan Sistem Pembayaran Cash On Delivery-Cek Dulu (COD-Cek Dulu) terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 4(1), 133-150. <https://doi.org/10.55606/jimek.v4i1.2683>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15e ed.)*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management Sixteenth (16th ed.)*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Muhamad Maulana Majid, B. C. (2024). Implementasi Aplikasi Shopee Menggunakan Sistem Cod-Cek Dulu (Studi Pada Pelanggan Shopee Di Tulungagung). *Jupeko(Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 9(1), 10–16.
- Qolbi, N. (2024). Pengaruh Pembayaran Cod (Cash On Delivery) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Al-Amal*, 2(1), 35-42.
- Theresia, Chaterina. 2021. Pengaruh Diskon, Voucher, Dan Cashback Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Elektronik Shopeepay. 10(1), 46–67.