

Tingkat Penggunaan Aplikasi Belanja Online Shopee Di Kalangan Masyarakat Desa Patowonua Kolaka Utara Sulawesi Tenggara

Muh. Rifky Nurinsan

nurinsanrifky@gmail.com
Universitas Muslim Indonesia

Muliadi

muliadi.muliadi@umi.ac.id
Universitas Muslim Indonesia

Muh. Rayes Ibrahim

rayes_ibrahim@umi.ac.id
Universitas Muslim Indonesia

Abstrak : Penelitian ini bertujuan mengetahui tingkat penggunaan aplikasi belanja online shopee di kalangan masyarakat Desa Patowonua Kolaka Utara. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif analisis deskriptif dengan menggunakan kuesioner angket. Adapun teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Determinisme teknologi dan Divusi Inovasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan aplikasi shopee di Desa Patowonua menunjukkan hasil rekapitulasi diperoleh sebesar 357% dimana nilai tersebut masuk dalam kategori tinggi. Adapun kalangan yang menggunakan aplikasi shopee yaitu mahasiswa, PNS, petani, dan ibu rumah tangga. minat masyarakat yang tinggi dalam menggunakan aplikasi shopee karena tertarik melihat produk atau diskon yang di tawarkan, hal tersebut yang menarik perhatian masyarakat untuk menggunakan shopee.

Kata kunci: aplikasi belanja online, shopee, penggunaan. masyarakat

Abstract : This study aims to determine the level of use of the shopee online shopping application among the people of Patowonua Village, North Kolaka. This type of research uses a quantitative method of descriptive analysis using a questionnaire. The theories used in this research are technological determinism and innovation diffusion. The results of this study indicate that the level of use of the shopee application in Patowonua Village shows the recapitulation results obtained by 357% where this value is included in the high category. As for those who use the shopee application, namely students, civil servants, farmers, and housewives. High public interest in using the shopee application because they are interested in seeing the products or discounts offered, this is what attracts people to use shopee.

Keywords: online shopping apps, shopee , usage, society

PENDAHULUAN

Penggunaan internet telah mengalami perkembangan yang luar biasa di bidang bisnis terutama pada perusahaan skala besar. Pemanfaatan dan penggunaan

teknologi internet diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif tersebut. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk-produk adalah dengan menggunakan *electronic commerce (e-commerce)* contohnya *Shopee* untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital. Banyaknya masyarakat Desa Patownoua yang sudah menggunakan *gadget* akan tetapi belum mampu menggunakan atau memanfaatkan aplikasi belanja online untuk mempermudah dalam mencari barang yang di inginkan, tanpa keluar rumah. Padahal tinggal cari barang apa aja di aplikasi *shopee* mulai dari busana, elektronik, kosmetik, perlatan sekolah/kantor, peralatan rumah tangga, hingga makanan dan minuman pun ada dalam satu aplikasi yaitu *shopee*.

Layanan jasa berupa *e-commerce* dapat secara cepat dinikmati oleh pelanggan maupun perusahaan sendiri. Segala layanan yang diinginkan oleh para pelanggan dapat segera ditindak lanjuti dengan cepat karna berbasis online, sehingga perusahaan tersebut mampu memberikan pelayanan terbaik dan tercepat bagi para pelanggan. Pemanfaatan dan penggunaan teknologi internet diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif tersebut. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi dan informasi ke dalam perusahaannya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk-produk adalah dengan menggunakan *electronic commerce (e-commerce)* untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital.

Faris & Ita, (2019:245) *E-Commerce (Electronic Commerce)* adalah jual beli barang atau jasa melalui jaringan-jaringan komputer atau internet. Seluruh komponen seperti pemasaran, pembayaran, serta pengiriman yang ada dalam proses jual beli diaplikasikan kedalam *e-commerce*. Perkembangan internet yang semakin maju menjadi salah satu faktor pentingnya *e-commerce* bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jual beli barang atau jasa.

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Sedangkan berdasarkan survei badan pusat statistik provinsi Sulawesi Tenggara, persentase penduduk berumur 5 tahun keatas yang mengakses internet di kolaka utara berjumlah 42,93 juta orang pada periode 2019-2021.

Shopee menjadi unggul karena ragam produk yang lebih menarik dan tawaran harga yang lebih kompetitif. Selain itu, *Shopee* juga terus melengkapi platformnya dengan fitur yang memperpanjang time spent dan engagement didalam aplikasinya sehingga menjadikan daya tarik tersendiri untuk para penggunanya. Menurut gender dan kelompok umur, 77% perempuan mengaku memilih berbelanja *online* di *Shopee* namun tak kala juga dengan laki-laki yang menduduki angka 52% (Dalam Riset Snapchart, 2020).

METODE

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini akan dikaji dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif. Karena penelitian kuantitatif deskriptif merupakan

jenis penelitian yang bersifat sistematis dan terstruktur dengan tahapan yang jelas, bertujuan untuk menjelaskan atau menggambarkan suatu fenomena sosial yang ada dengan teknik pengambilan data baik primer maupun sekunder.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan disalah satu desa yang berada di Sulawesi Tenggara yaitu, Kolaka Utara, pemilihan lokasi ini didasarkan pada latar belakang masalah penelitian: Tingkat Penggunaan Aplikasi Belanja Online Shopee Di Kalangan Masyarakat Desa Patowonua Kolaka Utara Sulawesi Tenggara. Dimana pokok permasalahan ini tingkat penggunaan teknologi aplikasi belanja online (*e-commers*) shopee di Desa Patowonua Kolaka Utara, yang mana diharapkan mampu menjawab masalah terkait yang akan peneliti kaji. Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 16 Juni – 16 Juli melalui surat izin meneliti.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian adalah seluruh masyarakat Desa Patowonua, Kolaka Utara dalam hal ini yang memiliki karakteristik usia minimal 17 tahun, memiliki penghasilan minimal Rp 500.000 dan memiliki aplikasi shopee. Populasi penelitian ini berjumlah 395 orang, penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin (Sugiyono, 2011) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

E = Taraf Kesalahan (error) sebesar 0,15 (15%)

Maka besaran sampel adalah :

$$n = \frac{395}{1 + 395(0,15)^2}$$

$$n = \frac{395}{1 + 395(0,0225)^2}$$

$$n = \frac{395}{1 + 8,887} = 39,95 \text{ (di bulatkan menjadi 40)}$$

$$= 40 \text{ sampel}$$

Berdasarkan rumus diatas jumlah sampel (n) dalam penelitian sebanyak 40 orang. Setelah diketahui jumlah sampel maka selanjutnya adalah pemilihan responden dengan menggunakan metode acak sederhana (*Simple Random Sampling Method*) (Darmawan, 2013).

Penyajian Data

Pada bagian ini penulis akan menyajikan data yang diperoleh dari lapangan semasa penelitian berlangsung. Berdasarkan pada metode penelitian yang telah ditentukan sebelumnya, yakni dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner berbentuk selebaran kertas yang disebarkan langsung kepada responden. Penyebaran kuesioner ini dilakukan sebagai salah satu cara untuk mendapatkan data primer dari sebuah penelitian. data hasil penelitian yang didapatkan berupa hasil jawaban responden mengenai setiap pernyataan yang ada dalam kuesioner.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh melalui:

1. Observasi

Pengamatan langsung (observasi) dalam penelitian kuantitatif didasari beberapa variabel seperti yang dikemukakan oleh Syafrida Hafni Sahir (2021) yaitu teknik pengumpulan data dengan peneliti turun langsung ke lapangan, kemudian mengamati gejala yang sedang diteliti setelah itu peneliti bisa menggambarkan masalah yang terjadi yang bisa dihubungkan dengan teknik pengumpulan data yang lain seperti kuesioner atau wawancara dan hasil yang diperoleh dihubungkan dengan teori dan penelitian terdahulu.

2. Dokumentasi

Dokumentasi berguna untuk melengkapi data-data penunjang penelitian. Dokumentasi juga digunakan untuk mengumpulkan data yang berasal dari sumber-sumber di luar informan.

3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Teknik Analisis Data

Analisis kuantitatif deskriptif digunakan untuk menjawab tujuan penelitian ini dimana tujuan penelitian ini yang pertama untuk mengetahui tingkat penggunaan aplikasi shopee di kalangan masyarakat Desa Patowonua, yang kedua untuk mengetahui kalangan apasaja yang menggunakan aplikasi shopee di Desa Patowonua.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Penggunaan Aplikasi Belanja Online *Shopee* di Kalangan Masyarakat Desa Patowonua

Peneliti mendapatkan hasil dari kuesioner yang di peroleh dari jawaban sebanyak 40 responden dari tujuan yang diinginkan oleh peneliti. Dalam hal ini, dimana variabel tingkat penggunaan aplikasi *shopee* diukur dalam empat indikator yaitu durasi penggunaan, kemudahan penggunaan, kepuasan dan lama penggunaan.

1. Durasi Penggunaan

Tabel 1. Tanggapan Responden Pada Variabel Tingkat Penggunaan Aplikasi *Shopee*

No	Indikator	Penilaian			Nilai
		<1 Jam	>1 Jam	2 Jam	
1	Durasi Penggunaan	8(1)	20 (2)	12 (3)	84
Total					84%

Keterangan :

<1 Jam : Kurang Dari Satu Jam
 >1 Jam : Lebih Dari Satu Jam
 2 Jam : Dua Jam

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa tanggapan masyarakat Desa Patowonua pada indikator durasi pemakaian memiliki skor total 84%. Artinya masyarakat Desa Patowonua, Kecamatan Lasusua, Kabupaten Kolaka Utara memiliki waktu untuk mencari atau menggunakan aplikasi *shopee* sesuai kebutuhan yang mereka cari.

2. Kemudahan Penggunaan

Tabel 2. Tanggapan Responden Pada Variabel Tingkat Penggunaan Aplikasi *Shopee*

No	Indikator	Penilaian			Nilai
		TM	M	SM	
1	Kemudahan Penggunaan	0(1)	30 (2)	10 (3)	90
Total					90%

Keterangan

TM : Tidak Mudah

M : Mudah

SM : Sangat Mudah

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa tanggapan masyarakat Desa Patowonua, Kecamatan Lasusua, Kabupaten Kolaka Utara pada indikator kemudahan penggunaan memiliki skor total 90%. Yang artinya masyarakat mengetahui bahwa aplikasi *shopee* memudahkan dalam berbelanja secara *online* sehingga banyak masyarakat menggunakan aplikasi *shopee* dalam mencari kebutuhan mereka.

3. Kepuasan

Tabel 3. Tanggapan Responden Pada Variabel Tingkat Penggunaan Aplikasi *Shopee*

No	Indikator	Penilaian			Nilai
		TS	P	SP	
1	Kepuasan	0(1)	25 (2)	15 (3)	95
Total					95%

Keterangan :

TS : Tidak Puas

P : Puas

SP : Sangat Puas

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa tanggapan masyarakat Desa Patowonua, Kecamatan Lasusua, Kabupaten Kolaka Utara pada indikator

kemudahan penggunaan memiliki skor total 95% artinya masyarakat sangat puas dalam menggunakan aplikasi *shopee*.

4. Lama Penggunaan

Tabel 4. Tanggapan Responden Pada Variabel Tingkat Penggunaan Aplikasi *Shopee*

No	Indikator	Penilaian			Nilai
		<1Th	>1Th	3-4Th	
1	Lama Penggunaan	4(1)	24(2)	12 (3)	88
Total					88%

Keterangan :

<1 Th : Kurang Dari Satu Tahun

>1Th : Lebih Dari Satu Tahun

3-4 Th : Tiga Sampai Empat Tahun

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa tanggapan masyarakat Desa Patowonua, Kecamatan Lasusua, Kabupaten Kolaka Utara pada indikator lama penggunaan memiliki skor total 88%. Yang artinya bahwa masyarakat lebih suka menggunakan *Shopee* dari tahun ke tahun karena merupakan platform belanja online populer yang menawarkan berbagai sistem pembayaran, pengiriman gratis, promosi cashback dan diskon untuk menarik pengguna.

Dari hasil indikator yang diatas pada variabel Tingkat Penggunaan Aplikasi *Shopee* di Kalangan Masyarakat Desa Patowonua menunjukkan hasil yang cukup tinggi pada hasil penelitian ini. Dimana hasil dari indikator ini dapat dilihat pada tabel 5.

Berikut hasil rekapitulasi tanggapan responden terhadap tingkat penggunaan aplikasi *shopee* :

Tabel 5. Rekapitulasi Tanggapan Responden

No.	Variabel	Jumlah Bobot
1	Durasi Penggunaan	84%
2	Kemudahan Penggunaan	90%
3	Kepuasan	95%
4	Lama Menggunakan	88%
Jumlah		357%
Kategori		Tinggi

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa hasil rekapitulasi diperoleh nilai sebesar 357% yang artinya bahwa “Tingkat Penggunaan Aplikasi Belanja Online *Shopee* Di Kalangan Masyarakat Desa Patowonua” dalam kategori tinggi. Sehingga hipotesis pertama dapat diterima yaitu Untuk mengetahui tingkat penggunaan aplikasi *shopee* di kalangan masyarakat Desa Patowonua.

Kalangan Yang Menggunakan Aplikasi Belanja Online *Shopee* di Desa Patowonua.

Peneliti mendapatkan hasil dari responden yang diinginkan oleh peneliti. Dalam hal ini, Kalangan yang menggunakan aplikasi *shopee* di desa patowonua

diukur dalam empat kategori yaitu jenis kelamin, pekerjaan, usia responden, dan kategori produk yang sering di beli.

1. Jenis Kelamin

Tabel 6. Berdasarkan Jenis Kelamin.

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	18	45
2.	Perempuan	22	55
Jumlah		40	100 %

Hasil pengolahan data pada penelitian ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan dengan hasil sebanyak 22 responden(55%). Sedangkan hasil penelitian responden yang berjenis kelamin laki-laki hanya sebesar 18 responden (45%).

2. Pekerjaan

Tabel 7. Berdasarkan Pekerjaan di Desa Patowonua, Kecamatan Lasusua, Kabupaten Kolaka Utara.

No.	Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	PELAJAR	3	7,5
2.	MAHASISWA	7	17,5
3.	PNS	10	25
4.	PETANI	10	25
5.	IBU RUMAH TANGGA	10	25
Jumlah		40	100 %

Tabel 7 menunjukkan bahwa pelajar sebanyak 3 orang dengan persentase 7,5%, mahasiswa sebanyak 7 orang dengan persentase 17,5%, pns sebanyak 10 orang dengan persentase 25%, petani sebanyak 10 orang dengan persentase sebanyak 25%, dan ibu rumah tangga sebanyak 10 orang dengan persentase sebanyak 25%. Dimana persentase tertinggi yaitu pns, petani, dan ibu rumah tangga.

3. Usia

Tabel 8. Berdasarkan Usia di Desa Patowonua, Kecamatan Lasusua, Kabupaten Kolaka Utara.

No.	Usia (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	17-21	9	22,5
2	22-31	13	32,5
3	32-40	4	10
4	41-52	14	35
Jumlah		40	100 %

Maksimum : 52 Tahun
 Minimum : 17 Tahun
 Rata-rata : 34 Tahun

Tabel 8 menunjukkan bahwa responden yang berumur 17-21 tahun sebanyak 9 orang dengan persentase 22,5%, usia 22-31 tahun sebanyak 13 orang dengan persentase 32,5%, usia 32-40 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase 10% merupakan jumlah terendah, dan usia 41-52 tahun sebanyak 14 orang dengan persentase sebanyak 35% merupakan jumlah tertinggi. Dalam penelitian ini usia yang paling aktif dalam menggunakan aplikasi *shopee* yaitu orang dewasa usia 41-52 tahun.

4. Kategori Produk yang Sering Dibeli

Tabel 9. Berdasarkan Kategori Produk yang Sering di beli.

No.	Produk	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Kosmetik	7	17,5
2	Peralatan rumah tangga	5	12,5
3	Busana	10	25
4	Elektronik	10	25
5	Bahan bangunan	3	7,5
6	Makanan atau minuman	2	5
7	Peralatan sekolah/kantor	3	7,5
Jumlah		40	100 %

Kategori produk yang sering di beli pada *e-commerce Shopee* yaitu produk kosmetik berjumlah 7 responden atau 17,5%, responden yang memilih produk peralatan rumah tangga sebanyak 5 orang atau 12,5%, responden yang memilih produk busana sebanyak 10 orang atau 25%, responden yang memilih produk elektronik sebanyak 10 orang atau 25%, responden yang memilih produk bahan bangunan sebanyak 3 orang atau 7,5% lalu 2 responden atau 5% memilih produk makanan atau minuman, serta sisanya 3 responden atau 7,5% memilih produk peralatan sekolah dan kantor.

5. Memiliki dan Menggunakan Layanan Aplikasi *Shopee*

Responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini pada dasarnya memang masyarakat Desa Patowonua, Kecamatan Lasusua, Kabupaten Kolaka Utara yang menggunakan layanan *Shopee* dan pernah berbelanja menggunakan *Shopee*. Hasil penelitian menunjukan bahwa sebanyak 40 responden (100%) memiliki dan pernah menggunakan layanan aplikasi *Shopee* sebagai alat belanja secara online. Menurut responden dengan adanya aplikasi *Shopee* memudahkan mereka dalam melakukan belanja secara *online*. Berikut dibawah tabel penyajian datanya.

Tabel 10. Berdasarkan Memiliki dan Menggunakan Layanan Aplikasi *Shopee*

Jumlah Responden	Memiliki dan Menggunakan <i>Shopee</i>	Persentase (%)
40	Iya	100%

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Desa dengan judul “Tingkat Penggunaan Aplikasi Belanja *Online Shopee* Di Kalangan Masyarakat Desa Patowonua Kolaka Utara Sulawesi Tenggara”. Maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Tingkat penggunaan aplikasi shopee di Desa Patowonua menunjukkan hasil rekapitulasi diperoleh nilai sebesar 357% dimana nilai tersebut masuk dalam kategori tinggi.
2. Kalangan yang menggunakan aplikasi shopee di Desa Patowonua yaitu mahasiswa, PNS, petani, dan ibu rumah tangga. Dimana minat masyarakat yang tinggi untuk menggunakan aplikasi *shopee* karena tertarik melihat barang yang diinginkan dan melihat kualitas barang yang bagus atau diskon yang ditawarkan dari *shopee* juga begitu menarik perhatian Masyarakat untuk menggunakan *shopee*.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaniago, D., & Akbar, M. (2020). ANALISIS KEMAMPUAN PENGGUNA DALAM MENGGUNAKAN E-COMMERCE SHOPEE DENGAN METODE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). *Jurnal Nasional Ilmu Komputer*, 1(2), 77-84.
- Darmawan, D. (2013). Metode penelitian kuantitatif.
- Ibrahim, M. R. (2024) Komunikasi Pendamping Program Keluarga Harapan (PKH) Dalam Pencegahan Stunting di Kabupaten jeneponto. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 205-211.
- Ibrahim, M. R. Model Komunikasi Pendamping Sosial dan Kearifan Lokal, Pendamping Sosial dan Perjuangan Melawan Stunting, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2024.
- Ibrahim, M. R., Cangara, H., & Amar, M. Y. (2020). Aksesibilitas Informasi Global Di Kalangan Masyarakat Pada 2 Desa Di Kecamatan Belopa Kabupaten Luwu (Studi Tentang Penggunaan Media Online Di Daerah Pedesaan). *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 282-291.
- Nanda, A. P., & Maharani, A. (2019). Aplikasi electronic commerce sebagai media penjualan produk makanan ringan business development center kabupaten pringsewu. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 9(2), 127-133.
- Pramiswari, D. A. A., & Dharmadiaksa, I. B. (2017). Pengaruh e-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(1), 261-289.
- Ridwan, H., Masrul, M., & Juhaepa, J. (2018). Komunikasi Digital Pada Perubahan Budaya Masyarakat E-Commerce Dalam Pendekatan Jean Baudrillard. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 99-108.
- Sadikin, M. F. (2019). PENERAPAN E-COMMERCE GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA DISTRO AGGREGATE STORE. *IDEALIS: InDonEsiA journal Information System*, 2(5), 245-252.
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi penelitian.

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra UMI
Vol.6 No.1 2025
<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index>

- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh e-Commerce terhadap minat berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 64-69.
- Yusuf, M., Sutrisno, S., Putri, P. A. N., Asir, M., & Cakranegara, P. A. (2022). Prospek Penggunaan E-Commerce Terhadap Profitabilitas Dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: Literature Review. *Jurnal Darma Agung*, 30(1), 786-801.