

**STRATEGI MINIMALISASI RISIKO PEMBELIAN BERBASIS
ONLINE MELALUI MARKETPLACE SHOPEE OLEH
MAHASISWI IAIN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:

MUHAMMAD ALFIN FARIDHO YCHSAN
NIM: E20172208

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
OKTOBER 2021**

**STRATEGI MINIMALISASI RISIKO PEMBELIAN BERBASIS
ONLINE MELALUI MARKETPLACE SHOPEE OLEH
MAHASISWI IAIN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH. Ahcmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh

Muhammad Alfin Faridho Ychsan
NIM. E20172208

Disetujui Pembimbing :



Retna Anggitaningsih, S.E, M.M
NIP. 197404201 199803 2 001

**STRATEGI MINIMALISASI RISIKO PEMBELIAN BERBASIS
ONLINE MELALUI MARKETPLACE SHOPEE OLEH
MAHASISWI IAIN JEMBER**

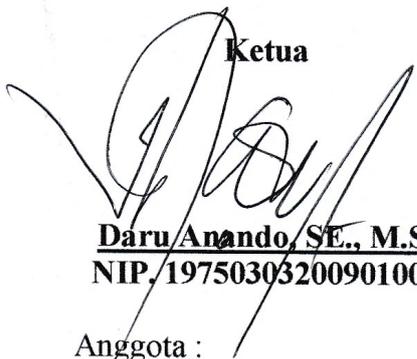
SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Kamis
Tanggal : 14 Oktober 2021

Tim Penguji

Ketua



Daru Anando, SE., M.Si
NIP. 19750303200901009

Anggota :

1. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.
2. Retna Anggitaningsih, S.E, M.M.

Sekretaris



M. Daud Rhosyidy, M.E.
NUP. 20070913



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



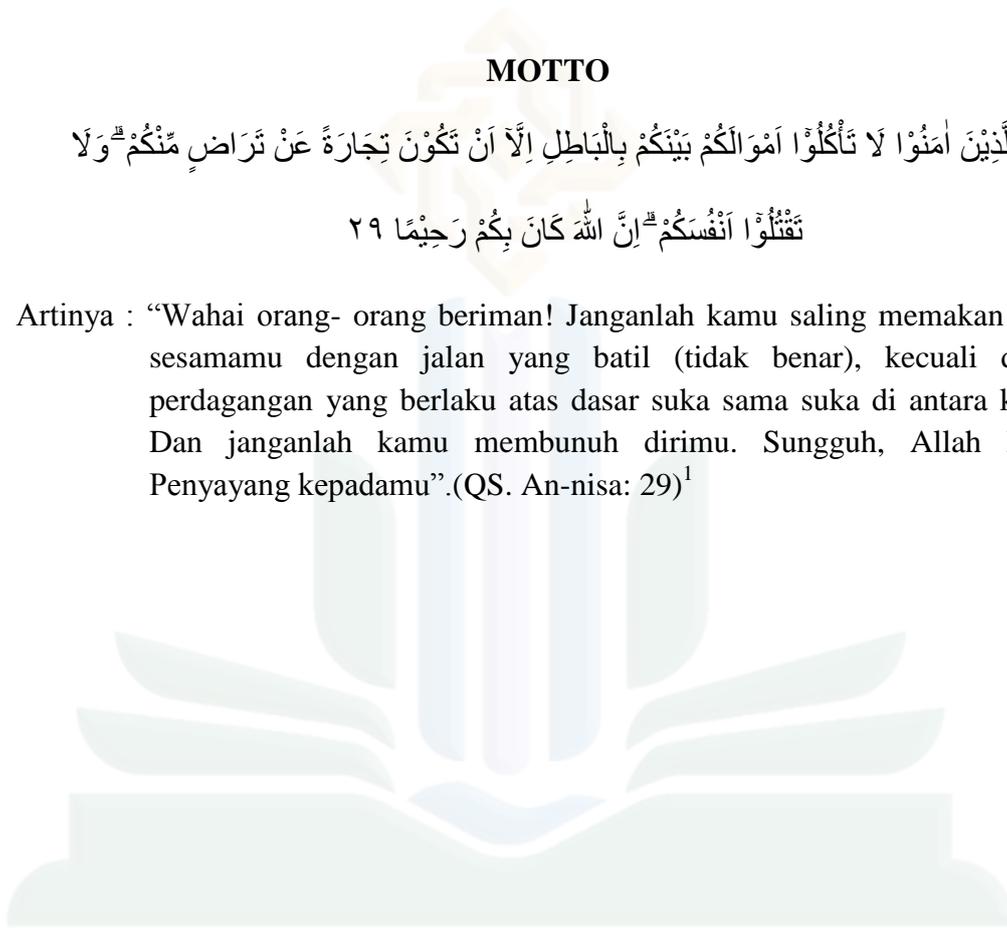
Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.
NIP. 19680807 200003 1 001

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا

تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Artinya : “Wahai orang- orang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.(QS. An-nisa: 29)¹



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

¹ Al-Qur'anulkarim, Terjemahan & Tajwid Berwarna (Bandung: CV. Cordoba),83.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua Orang tua, Bapakku (Solikin) dan Ibuku (Umi Arofah), terimakasih atas segala bentuk kasih sayang, perjuangan dan pengorbanan yang tiada henti serta untaian doa setiap sujudnya.
2. Kedua adikku (Muhammad Zian Faizin dan Syifa Aulia Rahmah).
3. Pengasuh Pondok Pesantran Mahasiswa Baitul ‘Ilmi Abah Mastur, M.Ag. dan Umi Nanik, M.Pd. yang telah menjadi orang tua kedua saya memberikan ilmu, motivasi serta do’a untuk kelancaran dalam perkuliahan ini.
4. Saudara- saudaraku dan sahabat- sahabatku, trimakasih atas semua doa dan dukungannya agar tetap semangat dalam mengerjakan tugas akhir ini.
5. Teman- temanku seperjuangan kelas “ S5 ES 2017”, terimakasih telah memberi motivasi dan dukungannya selama ini.
6. Teman- temanku seperjuangan “PPM Baitul Ilmi”. terimakasih telah memberi motivasi dan dukungannya selama ini.
7. Semua guru-guruku yang telah mendidik dan mengajariku, terimakasih atas ilmu yang telah diberikan selama ini.
8. Almamaterku tercinta “UIN Khas Jember”, yang telah menaungiku selama menempuh studi.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil ‘alamin, segala puji bagi Allah SWT karena atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya, penelitian, penyusunan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Jember serta syarat untuk memperoleh gelar sarjana, dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Shalawat serta salam senantiasa tercurah limpahkan kepada Baginda Rasul Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang yakni *ad-dinul Islam*.

Dalam proses penyusunan, penyusunan, dan penyelesaian skripsi ini, penulis juga mendapat bantuan, bimbingan, arahan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis memberikan penghargaan yang setinggi – tingginya dan ucapan terimakasih yang sangat tulus kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto S.E., MM selaku Rektor UIN Khas Jember yang telah memberikan fasilitas yang memadai selama kami menuntut ilmu di Rektor UIN Khas Jember.
2. Dr. Khamdan Rifai, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Khas Jember.
3. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan arahannya dalam program perkuliahan dan penyelesaian program S1.

4. Retna Anggitaningsih, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing saya yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahnya dalam proses penyelesaian skripsi saya.
5. Dr. Nurul Widyawati IR, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik saya yang telah memberikan arahnya dalam memprogram matakuliah selama perkuliahan.
6. Seluruh Dosen beserta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Para narasumber yang telah bersedia diwawancarai dalam melakukan penelitian skripsi ini hingga selesai.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga masih perlu adanya penyempurnaan. Oleh karena itu untuk menyempurnakan skripsi ini kritik dan saran yang konstruktif dari segenap pihak merupakan hal yang berharga bagi penulis.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi masyarakat pengguna pada umumnya, Amiin Ya Rabbal Alamiinn.

Jember, 06 September 2021

MUHAMMAD ALFIN FARIDHO YCHSAN
NIM. E20172208

ABSTRAK

Muhammad Alfin Faridho Ychsan, 2021: *Strategi Minimalisasi Risiko Pembelian Berbasis Online melalui Marketplace Shopee Oleh Mahasiswi IAIN Jember*

Kata Kunci : *Minimalisasi Risiko, Marketplace Shopee*

Indonesia merupakan Negara berkembang yang mana masyarakatnya sudah menggunakan teknologi untuk melangsungkan hidup, dan juga masyarakat sudah mengikuti alur-alur perkembangan teknologi yang ada di Negara. dikalangan remaja millennial katanya terutama mahasiswi IAIN Jember juga sudah hampir keseluruhan menggunakan internet terutama pada transaksi *online*. Karena, dengan adanya transaksi *online* mempermudah sistem jual beli serta melalui transaksi *online* harga terjangkau lebih murah dibandingkan dengan harga di toko. Aplikasi belanja online yang terdapat di Indonesia beragam. Salah satu dari aplikasi tersebut adalah *Shopee*. *Shopee* merupakan aplikasi belanja *online* yang menyediakan berbagai media penjualan produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat seperti *fashion*, peralatan rumah tangga, dan sebagainya. Namun dengan banyaknya variasi produk yang disediakan *Shopee* muncul masalah yang di hadapi oleh para konsumen. Berdasarkan hasil riset Penulis baik melalui *website* aplikasi dan juga pencarian di internet menemukan beberapa pelanggan menilai pelayanan yang dilakukan *Shopee* dalam memfilter produk cukup mengecewakan karena masih banyak ditemukannya produk palsu dan juga produk yang tidak sesuai dengan produk asli yang ditampilkan digambar saat sebelum membeli. Selain itu, meningkatnya jumlah pengguna *Shopee* juga berdampak pada lamanya pengiriman barang ke konsumen.

Fokus penelitian ini adalah: 1 Bagaimana Risiko Pembelian Berbasis *Online* Melalui *Marketplace Shopee* oleh Mahasiswi IAIN Jember? 2. Bagaimana Strategi Minimalisasi Risiko pada Pembelian Berbasis *Online* melalui *Marketplace Shopee* oleh Mahasiswi IAIN Jember? Tujuan penelitian ini adalah: 1. Untuk Mengetahui Risiko Pembelian Berbasis *Online* Melalui *Marketplace Shopee* oleh Mahasiswi IAIN Jember. 2. Untuk Mengetahui Strategi Minimalisasi Risiko Pada Pembelian Berbasis *Online* melalui *Marketplace Shopee* oleh Mahasiswi IAIN Jember.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu jenis kualitatif deskriptif. Lokasi penelitian IAIN Jember jenis penelitian *Field Research*, teknik pengumpulan data: wawancara, dokumentasi, dan observasi. Adapun analisis data meliputi: Reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Sedangkan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: 1. Risiko Pasar, ada beberapa temuan yang mana sering digunakan pada mahasiswi-mahasiswi terkait pengelolaan risiko kebanyakan menggunakan penghindaran terhadap risiko tersebut karena menghindari risiko yang sering terjadi pada pembelian *marketplace-marketplace* pada umumnya. 2. Identifikasi Risiko, Di dunia pasar onlineshop terdapat kecurangan ataupun permainan harga yang ada pada beberapa onlineshop terutama di *marketplace shopee*.

ABSTRACT

Muhammad Alfin Faridho Ychsan, 2021: Online-Based Purchase Risk Minimization Strategy through Shopee Marketplace By IAIN Jember Students

Keywords: Minimization of Risk, Shopee Marketplace

Indonesia is a developing country where people have used technology to live, and also the community has followed the flow of technological development in the country. among millennial teenagers, especially IAIN Jember students have almost entirely used the internet, especially in online transactions. Because, with the online transaction facilitates the buying and selling system and through online transactions affordable prices are cheaper than the price in the store. Online shopping applications found in Indonesia are diverse. One of these apps is Shopee. Shopee is an online shopping application that provides various media selling products to meet the needs of the community such as fashion, home appliances, and so on. But with the many variations of products provided by Shopee comes the problem faced by consumers. Based on the results of research author both through the application website and also search on the internet found some customers rated the service done Shopee in filtering products is quite disappointing because there are still many fake products and also products that do not match the original product displayed drawn before buying. In addition, the increasing number of Shopee users also has an impact on the length of delivery of goods to consumers.

The focus of this research is: 1 How is the Risk of Online-Based Purchases Through Shopee Marketplace by IAIN Student Jember? 2. What is the Risk Minimization Strategy on Online-Based Purchases through Shopee Marketplace by IAIN Student Jember? The purpose of this study is: 1. To Find Out the Risks of Online-Based Purchases Through Shopee Marketplace by IAIN Student Jember. 2. To Find Out The Risk Minimization Strategy on Online-Based Purchases through Shopee Marketplace by IAIN Student Jember.

This research is done using a qualitative approach, which is a type of descriptive qualitative. IAIN Jember research type field research, data collection techniques: interviews, documentation, and observations. Data analysis includes: Data reduction, presentation of data, conclusion withdrawal. While the validity of the data uses source triangulation techniques and triangulation techniques.

The results of this study concluded that: 1. Market risk, there are some findings that are often used in students related to risk management mostly use aversion to these risks because it avoids the risks that often occur in the purchase of marketplaces in general. 2. Risk Identification, In the world of onlineshop market there is fraud or price games that exist in some onlineshops, especially in the shopee marketplace.

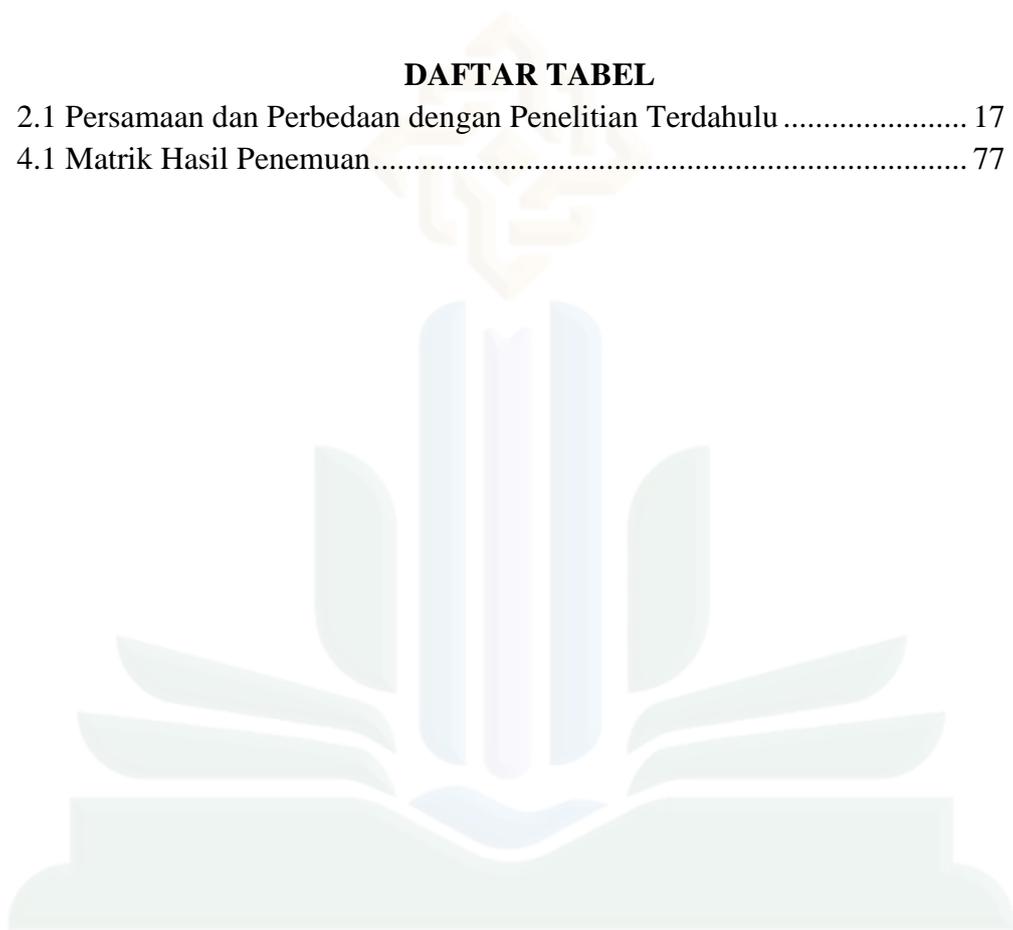
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Definisi Istilah.....	7
F. Sistematika Penelitian	9
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kajian Teori	23
BAB III METODE PENELITIAN	59
A. Pendekatan dan jenis penelitian	59

B. Lokasi penelitian	60
C. Subyek penelitian	61
D. Teknik pengumpulan data	62
E. Analisis data	64
F. Keabsahan data.....	67
G. Tahap-tahap penelitian.....	68
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	70
A. Penyajian data.....	65
B. Penyajian dan Analisis Data	77
C. Pembahasan Temuan.....	78
BAB V PENUTUP	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Pedoman Penelitian	
2. Surat Pernyataan Keaslian	
3. Matrik Penelitian	
4. Surat Izin Penelitian	
5. Jurnal Kegiatan Penelitian	
6. Dokumentasi	
7. Biodata Peneliti	

DAFTAR TABEL

2.1 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu 17
4.1 Matrik Hasil Penemuan..... 77



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Indonesia merupakan Negara berkembang yang mana masyarakatnya sudah menggunakan teknologi untuk melangsungkan hidup, dan juga masyarakat sudah mengikuti alur-alur perkembangan teknologi yang ada di Negara ini. Hal ini membuat tantangan dan peluang kepada pihak perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas untuk mengikuti alur-alur perkembangan yang ada di Negara tersebut. Berbicara mengenai Negara berkembang dengan perkembangan zaman yang saat ini sering disebut Era Industri 4.0, dimana pada zaman ini sudah menggunakan teknologi secara keseluruhan salah satunya adalah internet.

Penggunaan internet secara keseluruhan semakin banyak digunakan di kalangan masyarakat sehingga internet menjadi salah satu kebutuhan hidup baik individu maupun kelompok dan mengubah pola hidup masyarakat ini menjadi lebih maju. Dengan adanya internet memunculkan berbagai macam pengetahuan dengan spesifikasi *New* yang ada di Indonesia. Dan di kalangan remaja millennial katanya terutama mahasiswi IAIN Jember juga sudah hampir keseluruhan menggunakan internet terutama pada transaksi *online*.

Karena, dengan adanya transaksi *online* mempermudah sistem jual beli serta melalui transaksi *online* harga terjangkau lebih murah dibandingkan dengan harga di toko. Berbelanja di marketplace memberikan wawasan baru dalam segi berbelanja.

Belanja di *marketplace shopee* banyak dari sebagian besar masyarakat Indonesia terutama Mahasiswi IAIN Jember yang meminati transaksi *online* ini. Disamping banyak harga miring (Diskon) sistem pembelian online ini juga terbilang lebih efisien di banding dengan transaksi offline apalagi pada masa pandemi Covid-19, yang mana biasanya konsumen mengunjungi toko yang akan dituju tetapi dengan adanya transaksi *online* melalui *marketplace Shopee* semua akan menjadi lebih mudah, tidak hanya menguras waktu untuk menjangkau jarak ke toko akan tetapi dengan diam dirumah, kantor maupun kampus masyarakat bisa mengakses dengan mudah dan pilihan didalam marketplace ada berbagai macam barang yang di inginkan sesuai kebutuhan. Transaksi online pasti memiliki kelebihan dan kekurangannya.

Teknologi juga sering digunakan dalam transaksi jual beli barang ataupun jasa menggunakan beberapa *marketplace* yang sudah tersedia sebelumnya. Di zaman 4.0 sudah tidak asing lagi dengan adanya transaksi

online yang system penjualannya melalui teknologi digital sehingga memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya.

Aplikasi belanja online yang terdapat di Indonesia beragam. Salah satu dari aplikasi tersebut adalah *Shopee*. *Shopee* merupakan aplikasi belanja *online* yang menyediakan berbagai media penjualan produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat seperti *fashion*, peralatan rumah tangga, dan sebagainya. *Shopee* menjadi aplikasi belanja daring pertama yang membuat pengguna aplikasi tersebut dapat menjelajahi, berbelanja, maupun menjual berbagai jenis produk. Pengguna *Shopee* di Indonesia terbilang cukup banyak, yaitu mengalami peningkatan dari 76,5 juta meningkat menjadi 97,7 juta pada Juni 2020.²

Namun dengan banyaknya variasi produk yang disediakan *Shopee* muncul masalah yang di hadapi oleh para konsumen. Berdasarkan hasil riset Penulis baik melalui *website* aplikasi dan juga pencarian di internet menemukan beberapa pelanggan menilai pelayanan yang dilakukan *Shopee* dalam memfilter produk cukup mengecewakan karena masih banyak ditemukannya produk palsu dan juga produk yang tidak sesuai dengan produk asli yang ditampilkan digambar saat sebelum membeli. Selain itu,

² <https://ajajib.co.id/daftar-marketplace-indonesia-2020-dengan-kunjungan-terbanyak/>. 08/01/2021 (23:45).

meningkatnya jumlah pengguna *Shopee* juga berdampak pada lamanya pengiriman barang ke konsumen. Banyak konsumen yang mengeluhkan barang mereka telat diterima karena waktu pengiriman barang cukup lama dari yang dijanjikan.³

Berdasarkan pemaparan masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai belanja *online* terhadap risiko konsumen dengan judul penelitian “**Strategi Minimalisasi Risiko Pembelian Berbasis *Online* Melalui *Marketplace Shopee* Oleh Mahasiswi Iain Jember**”.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat Tanya⁴. Adapun masalah dalam penelitian ini difokuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Risiko Pembelian Berbasis *Online* Melalui *Marketplace Shopee* oleh Mahasiswi IAIN Jember?
2. Bagaimana Strategi Minimalisasi Risiko pada Pembelian Berbasis *Online* melalui *Marketplace Shopee* oleh Mahasiswi IAIN Jember?

³ Basrah saidani, “Analisis Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan *Shopee*”, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*,2(2019),426.

⁴ Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2019), 47.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya⁵. Adapun tujuan penelitian adalah :

1. Untuk Mengetahui Risiko Pembelian Berbasis *Online* Melalui *Marketplace Shopee* oleh Mahasiswi IAIN Jember.
2. Untuk Mengetahui Strategi Minimalisasi Risiko Pada Pembelian Berbasis *Online* melalui *Marketplace Shopee* oleh Mahasiswi IAIN Jember.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Dan kegunaan harus realistis.⁶ Adapun manfaat penelitian adalah:

⁵ Ibid., 47.

⁶ Ibid., 47.

1. Manfaat teoritis

- a. Peneliti diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan mengenai risiko pembelian berbasis *online* melalui *marketplace shopee* oleh mahasiswi IAIN Jember
- b. Peneliti diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan mengenai strategi minimalisasi risiko pada pembelian berbasis *online* melalui *marketplace shopee* oleh mahasiswi IAIN Jember

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Peneliti dapat mengetahui sejauh mana keilmuan yang didapat dalam bangku perkuliahan yang hanya mempelajari teori dan terkadang hal tersebut berbeda dengan kenyataan yang ada di lapangan. Peneliti juga mendapat ilmu mengenai strategi minimalisasi risiko pada pembelian berbasis *online* melalui *marketplace shopee*.

b. Bagi IAIN Jember

Dengan adanya penelitian ini, lembaga IAIN Jember dapat mengetahui, mempelajari dan menjadikan penelitian sebagai salah satu referensi pembelajaran dalam perkuliahan.

c. Bagi mahasiswi IAIN Jember

Penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswi IAIN Jember dalam menambah wawasan mengenai strategi minimalisasi risiko pada pembelian berbasis *online* melalui *marketplace shopee*, sehingga mahasiswi IAIN Jember dapat mengambil tindak lanjut mengenai risiko yang di ambil.

E. Definisi istilah

Defnisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.⁷ Adapun definisi istilah sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi merupakan suatu rancangan atau rencana untuk menjalankan suatu kegiatan pada jangka waktu yang panjang.

2. Minimalisasi Risiko

Minimalisasi risiko merupakan memperkecil pencagahan terjadinya suatu kerugian yang dihadapi. Karena, risiko adalah suatu hal yang bisa menimbulkan kerugian dan keuntungan, semakin besar usaha dalam suatu

⁷ Ibid., 48.

pekerjaan ataupun kegiatan yang diterima semakin besar pula keuntungan dan kerugian yang didapat.

3. Pembelian berbasis *online*

Pembelian berbasis *online* merupakan suatu kegiatan produsen dan konsumen yang transaksinya melalui teknologi, karena dengan adanya teknologi mempermudah kita dalam segala hal terutama pada kegiatan jual beli.

4. *Marketplace shopee*

Marketplace shopee merupakan *e-commerce* yang menyediakan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia dan di dalamnya terdapat berbagai diskon, *caseback* serta berbagai macam lainnya.

Jadi, dalam hal ini yang dimaksud peneliti dalam definisi istilah di atas

adalah untuk mendeskripsikan secara lebih kompleks tentang Strategi

Minimalisasi Risiko Pembelian Berbasis *Online* Melalui *Market Place Shopee*

Oleh Mahasiswi IAIN Jember.

F. Sistematis Penelitian

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup.⁸ Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Bagian awal terdiri dari: halaman judul, persetujuan pembimbing, pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar.

Bab satu berisi pendahuluan yang terdiri dari: latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

Bab dua berisi kajian kepustakaan yang terdiri dari penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan dan kajian teori.

Bab tiga berisi tentang metode penelitian yang terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, serta tahap-tahap penelitian.

Bab empat berisi penyajian data dan analisis data. Pada bagian ini membahas tentang gambaran obyek penelitian, penyajian data dan analisis, serta pembahasan temuan.

Bab lima yaitu penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Bagian ini adalah akhir dari penulisan karya ilmiah dan merupakan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Serta terdapat saran-saran yang berkaitan dengan pembahasan dari objek penelitian.

⁸ Tim Revisi, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 48.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan. Kemudian membuat ringkasan, baik penelitian yang sudah dipublikasikan maupun belum dipublikasikan. Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinilitas dan posisi yang akan dilakukan.⁹

Adapun kajian yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini antara lain:

1. Mega Inggawati, UIN Sunan Ampel 2018, dengan judul “Pengendalian Risiko Berbasis Kotak Penagihan Untuk Pembiayaan Murabahah Di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera (MBS) Cipta Menanggal Surabaya”¹⁰. Penelitian ini ditunjukan untuk mengetahui Pengendalian Risiko Berbasis Kotak Penagihan Untuk Pembiayaan Murabahah Di KSPPS. Metode penelitian yang di gunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus dalam pengambilan data dan kevalidan data yang diambil. Persamaan dalam penelitian adalah penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang risiko. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang minimalisasi risiko sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang Pengendalian Risiko.

⁹ Tim Revisi IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2019), 46.

¹⁰ Mega Inggawati., “*Pengendalian Risiko Berbasis Kotak Penagihan Untuk Pembiayaan Murabahah Di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera (MBS) Cipta Menanggal Surabaya*”, UIN Sunan Ampel, 2018.

2. Yosephien Rosiana Ayu Laksmita, Universitas Sanata Dharma 2018, dengan judul “Analisis Pengendalian Internal dan Manajemen Risiko Sistem Penggajian (Studi Kasus Di Lembaga Studi Dan Lembaga Perempuan Dan Anak Yogyakarta)”¹¹. Penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui Pengendalian Internal dan Manajemen Risiko Sistem Penggajian pada Lembaga Perempuan Dan Anak Yogyakarta. Metode analisis menggunakan menggunakan metode analisis kuantitatif dalam pengambilan data dan kevalidan data yang diambil. Persamaan dalam penelitian adalah sama-sama membahas tentang risiko. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang minimalisasi risiko sedangkan penelitian terdahulu membahas pengendalian internal dan manajemen risiko sistem penggajian.
3. Aldi rifqillah, UIN Kalijaga 2019 dengan judul “Manajemen Risiko Operasional ERM COSO (Study Di Bank Pembangunan Daerah DIY Syari’ah 2018)”¹². Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Manajemen Risiko Operasional ERM COSO pada Bank Pembangunan Daerah DIY Syari’ah. Metode penelitian yang di gunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus dalam pengambilan data dan kevalidan data yang diambil. Persamaan dalam penelitian adalah sama-sama membahas tentang risiko. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang minimalisasi risiko pada pembelian berbasis *online*

¹¹ Yosephien Rosiana Ayu Laksmita., “*Analisis Pengendalian Internal dan Manajemen Risiko Sistem Penggajian (Studi Kasus Di Lembaga Studi Dan Lembaga Perempuan Dan Anak Yogyakarta)*”, Universitas Sanata Dharma, 2018.

¹² Aldi rifqillah., “*Manajemen Risiko Operasional ERM COSO (Study Di Bank Pembangunan Daerah DIY Syari’ah 2018)*”, UIN Kalijaga, 2019.

sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang manajemen risiko operasional ERM COSO.

4. Muhammad Syaifudin, UIN Sunan Ampel 2019, dengan judul “Implementasi Pengendalian Risiko Pada Produk Asuransi Jasindo Oto Plus Di PT Asuransi Jasindo Syariah KP Surabaya Dalam Perspektif Pengendalian Risiko Syariah”¹³. Penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui Implementasi Pengendalian Risiko Pada Produk Asuransi Dalam Perspektif Pengendalian Risiko Syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus dalam pengambilan data dan kevalidan data yang diambil. Persamaan dalam penelitian adalah penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang risiko. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang minimalisasi risiko sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang Pengendalian Risiko.
5. Lenggang Kurnia Intan Devi, UIN Sunan Ampel Surabaya 2019, dengan judul. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace Shopee*. (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Surabaya)”¹⁴. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan simple random sampling. Penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui Kualitas

¹³ Muhammad Syaifudin., “*Implementasi Pengendalian Risiko Pada Produk Asuransi Jasindo Oto Plus Di PT Asuransi Jasindo Syariah KP Surabaya Dalam Perspektif Pengendalian Risiko Syariah*”., UIN Sunan Ampel, 2019.

¹⁴ Lenggang Kurnia Intan Devi, “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Surabaya)*”., Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.

Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa di Surabaya. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pembelian online pada *marketplace shopee*. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang minimalisasi risiko sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.

6. Bobby Esa Pratama, UIN Suska Riau 2019. Dengan judul, “Pengaruh Kepercayaan Kualitas Informasi, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian do Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis)”.¹⁵ Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam pengambilan data dan kevalidan data yang diambil. Penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui Kepercayaan Kualitas Informasi, Dan Persepsi Risiko pada masyarakat Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis. Persamaan dalam penelitian adalah sama-sama pembelian *online*. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang minimalisasi risiko sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh Pengaruh Kepercayaan Kualitas Informasi, Dan Persepsi Risiko.
7. Kalih Purwasih, IAIN Purwokerto 2019. “Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce Shopee* (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2016-2018 IAIN

¹⁵ Bobby Esa Pratama, *Pengaruh Kepercayaan Kualitas Informasi, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian do Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis)*”, UIN Suska Riau, 2019).

Purwokerto)”.¹⁶ Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam pengambilan data dan kevalidan data yang diambil. Penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce Shopee* pada mahasiswa angkatan 2016-2018 IAIN Purwokerto. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama pembelian online pada *marketplace shopee*. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang minimalisasi risiko sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi.

8. Ahmad Habib Murtdlo, UIN Raden Intan Lampung 2019, dengan judul “Analisis Manajemen Risiko Operasional Pada Usaha Kue Dan Roti CV. Jaya Bakery Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada CV. Jaya Bakery Royal Bandar Lampung)”.¹⁷ Metode penelitian yang di gunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus dalam pengambilan data dan kevalidan data yang diambil. Penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui Manajemen Risiko Operasional Pada Usaha Kue Dan Roti CV. Jaya Bakery. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang minimalis risiko. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang strategi minimalisasi risiko dalam

¹⁶ Kalih Purwasih., “*Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2016-2018 IAIN Purwokerto)*”, IAIN Purwokerto, 2019.

¹⁷ Ahmad Habib Murtdlo., “*Analisis Manajemen Risiko Operasional Pada Usaha Kue Dan Roti CV. Jaya Bakery Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada CV. Jaya Bakery Royal Bandar Lampung)*”, UIN Raden Intan Lampung, 2019.

pembelian *marketplace shopee* sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang Analisis Manajemen Risiko Operasional Pada Usaha Kue.

9. Erlisa Hesti Umaroh UIN Sunan Ampel Surabaya 2020. Dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Flash Sale Shoppe Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya”.¹⁸ Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dalam pengambilan data dan kevalidan data yang diambil. Penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Flash Sale Shoppe Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama pembelian online pada *marketplace shopee*. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang minimalisasi risiko sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang Harga, Kualitas Produk dan Risiko.
10. Gusti Karima Shella, UIN Suska Riau 2020 dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Resiko Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian *Online Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Pekanbaru)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kepercayaan, Resiko, dan Penanganan Keluhan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada pembelian *Online Shopee* Oleh Mahasiswa di Pekanbaru. Metode analisis menggunakan metode analisis kuantitatif

¹⁸ Erlisa Hesti Umaroh., “*Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Flash Sale Shoppe Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*”, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020.

dalam pengambilan data dan kevalidan data yang diambil.¹⁹ Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama memiliki tujuan untuk mengetahui Risiko terhadap pembelian *online* di *Marketplace Shopee*. Sedangkan perbedaannya adalah dalam hal metode penelitian yaitu metode yang digunakan adalah jenis metode kuantitatif. Sedangkan peneliti menggunakan jenis metode kualitatif.

Berikut hasil penelitian perbedaan dan persamaan dari sepuluh penelitian terdahulu lebih rincinya dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 2.1 persamaan dan perbedaan penelitian

No	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Mega Inggawati, UIN Sunan Ampel 2018, dengan judul Pengendalian Risiko Berbasis Kotak Penagihan Untuk Pembiayaan Murabahah Di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera (MBS) Cipta Menanggal Surabaya	<ul style="list-style-type: none"> a. Metode yang digunakan adalah metode pendekatan kualitatif b. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan observasi c. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama tentang risiko. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi penelitian b. Tujuan penelitian untuk mengetahui dengan judul Pengendalian Risiko Berbasis Kotak Penagihan Untuk Pembiayaan Murabahah Di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera, sedangkan tujuan peneliti untuk mengetahui strategi minimalisasi risiko terhadap pembelian <i>online</i>. 	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa tingkat efektivitas dari penggunaan kotak penagihan dalam mengendalikan risiko pembiayaan di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera dapat dilihat dari cara pengelolaan yang dilakukan oleh koperasi. Dalam mengelola risiko koperasi melakukan retention (menahan risiko).
2.	Yosephien Rosiana Ayu	<ul style="list-style-type: none"> a. Data yang digunakan data 	<ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi penelitian b. Metode yang 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa

¹⁹Gusti Karima Shella., “*Pengaruh Kepercayaan, Resiko Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Pekanbaru)*”, UIN Suska Riau, 2020.

	Laksmita, Universitas Sanata Dharma 2018, dengan judul Analisis Pengendalian Internal dan Manajemen Risiko Sistem Penggajian (Studi Kasus Di Lembaga Studi Dan Lembaga Perempuan Dan Anak Yogyakarta)	<p>b. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi</p> <p>c. Variable Penelitian tentang risiko.</p>	<p>digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif</p> <p>c. analisis kuantitatif dalam pengambilan data dan kevalidan data</p> <p>d. perbedaan terletak pada tujuan dalam penelitian terdahulu yakni untuk mengetahui tentang Pengendalian Internal dan Manajemen Risiko Sistem Penggajian, sedangkan peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui strategi minimalisasi risiko terhadap pembelian <i>online</i>..</p>	<p>pengendalian internal dan manajemen risiko system penggajian yang diterapkan oleh lembaga studi dan pengembangan perempuan dan anak Yogyakarta telah dengan sesuai dengan COSO <i>integrated</i> ERM, dengan catatan masih terdapat hal yang perlu diperbaiki oleh lembaga studi dan pengembangan perempuan anak Yogyakarta.</p>
3.	Aldi rifqillah, UIN Kalijaga 2019 dengan judul Manajemen Risiko Operasional ERM COSO (Study Di Bank Pembangunan Daerah DIY Syari'ah 2018)	<p>a. Metode yang digunakan adalah metode pendekatan kualitatif</p> <p>b. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan observasi</p> <p>c. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama tentang risiko.</p>	<p>a. Lokasi penelitian</p> <p>b. Tujuan penelitian untuk mengetahui Manajemen Risiko Operasional ERM COSO, sedangkan tujuan peneliti untuk mengetahui strategi minimalisasi risiko terhadap pembelian</p>	<p>Manajemen Risiko Operasional di Bank Pembangunan Daerah DIY Syari'ah dengan menerapkan manajemen risiko berdasarkan bisnis bank (RBB) tidak sama dengan manajemen operasional COSO <i>Enterprise Risk Management Intergreted Framework</i>. Tapi tahapan-tahapan yang dilakukan Bank Pembangunan Daerah DIY Syari'ah dalam RBB untuk</p>

			<i>online.</i>	memanajemen risiko operasional yakni identifikasi risiko, respon risiko, pengendalian risiko, pemantauan risiko.
4.	Muhammad Syaifudin, UIN Sunan Ampel 2019, dengan judul "Implementasi Pengendalian Risiko Pada Produk Asuransi Jasindo Oto Plus Di PT Asuransi Jasindo Syariah KP Surabaya Dalam Perspektif Pengendalian Risiko syariah	<p>a. Metode yang digunakan adalah metode pendekatan kualitatif</p> <p>b. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan observasi</p> <p>c. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama tentang risiko.</p>	<p>a. Lokasi penelitian</p> <p>b. Tujuan penelitian untuk mengetahui Implementasi Pengendalian Risiko Pada Produk Asuransi Jasindo Oto Plus Di PT Asuransi Jasindo Syariah KP Surabaya Dalam Perspektif Pengendalian Risiko syariah, sedangkan tujuan peneliti untuk mengetahui strategi minimalisasi risiko terhadap pembelian <i>online.</i></p>	<p>Mengendalikan kerugian yang dilakukan AE Perbankan Jawa Timur bisa dikatakan sesuai dengan pengendalian risiko Islam. Dikarenakan AE menerapkan perhitungan yang baik dalam mengestimasi jarak, waktu serta biaya. Adapun pemindahan risiko yang dilakukan oleh admin terbilang wajar saja karena di PT AJS KP Surabaya jumlah admin hanya satu orang. Namun, lebih baik jika PT AJS dalam mengendalikan risiko SDM menggunakan kombinasi risiko yakni menambah jumlah SDM dan mengadakan pelatihan khusus untuk AE Perbankan dan admin. Pengendalian risiko pemasaran dengan cara menghindari risiko pemasaran pada perusahaan leasing yang dilakukan oleh agen sudah tepat.</p>

5.	Lenggang Kurnia Intan Devi, UIN Sunan Ampel Surabaya 2019, dengan judul. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Surabaya)	<p>a) Data yang digunakan data primer dan sekunder</p> <p>b) Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi</p>	<p>a. Lokasi penelitian</p> <p>b. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif</p> <p>c. analisis kuantitatif dalam pengambilan data dan kevalidan data</p> <p>d. perbedaan terletak pada tujuan dalam penelitian terdahulu yakni untuk mengetahui tentang Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee, sedangkan peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui strategi minimalisasi risiko terhadap pembelian <i>online</i>.</p>	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa bahwa penanganan keluhan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian online berpengaruh positif
6.	Bobby Esa Pratama, UIN Suska Riau 2019. Dengan judul, "Pengaruh Kepercayaan Kualitas Informasi, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian do Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan	<p>a. Data yang digunakan data primer dan sekunder</p> <p>b. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi</p> <p>c. Variable Penelitian tentang risiko dan pembelian online.</p>	<p>a. Lokasi penelitian</p> <p>b. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif</p> <p>c. analisis kuantitatif dalam pengambilan data dan kevalidan data</p> <p>d. perbedaan terletak pada tujuan dalam penelitian terdahulu yakni untuk mengetahui</p>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh Kepercayaan Kualitas Informasi, Dan Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian do <i>Shopee</i> .

	Mandau Kabupaten Bengkalis)		tentang Kepercayaan Kualitas Informasi, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian do <i>Shopee</i> , sedangkan peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui strategi minimalisasi risiko terhadap pembelian <i>online</i> ..	
7.	Kalih Purwasih, IAIN Purwokerto 2019. “Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Pada <i>E-Commerce Shopee</i> (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2016-2018 IAIN Purwokerto)	<ul style="list-style-type: none"> a. Data yang digunakan data primer dan sekunder b. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi c. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas pembelian online. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi penelitian b. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif c. analisis kuantitatif dalam pengambilan data dan kevalidan data d. perbedaan terletak pada tujuan dalam penelitian terdahulu yakni untuk mengetahui tentang Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Pada <i>E-Commerce Shopee</i>, sedangkan peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui strategi minimalisasi risiko terhadap 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada <i>E-Commerce Shopee</i> .

			pembelian <i>online</i> ..	
8.	Ahmad Habib Murtdlo, UIN Raden Intan Lampung 2019, dengan judul “Analisis Manajemen Risiko Operasional Pada Usaha Kue Dan Roti CV. Jaya Bakery Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada CV. Jaya Bakery Royal Bandar Lampung	<p>d. Metode yang digunakan adalah metode pendekatan kualitatif</p> <p>e. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan observasi</p> <p>f. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama tentang risiko.</p>	<p>a. Lokasi penelitian</p> <p>b. Tujuan penelitian untuk mengetahui Analisis Manajemen Risiko Operasional Pada Usaha Kue Dan Roti CV. Jaya Bakery Dalam Persepektif Ekonomi Islam, sedangkan tujuan peneliti untuk mengetahui strategi minimalisasi risiko terhadap pembelian <i>online</i>.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Manajemen risiko yang telah diterapkan oleh CV. Jaya Bakery Royal Bandar Lampung sudah menuju arah yang lebih baik. Dalam menghadapi riksiko Sumber Daya Manusia CV. Jaya Bakery Royal Bandar Lampung melakukan pengawasan secara langsung untuk menghindari adanya kecurangan dalam proses produksi.</p>
9.	Erlisa Hesti Umaroh UIN Sunan Ampel Surabaya 2020. Dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan <i>Flash Sale Shoppe</i> Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya	<p>a. Data yang digunakan data primer dan sekunder</p> <p>b. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi</p> <p>c. Variable Penelitian tentang risiko dan pembelian online.</p>	<p>a. Lokasi penelitian</p> <p>b. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif</p> <p>c. analisis kuantitatif dalam pengambilan data dan kevalidan data</p> <p>d. perbedaan terletak pada tujuan dalam penelitian terdahulu yakni untuk mengetahui tentang Harga, Kualitas Produk dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan <i>Flash Sale Shoppe</i>, sedangkan</p>	<p>Adapun hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah bahwa harga, kualitas produk dan risiko dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas produk dan risiko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di <i>flash sale Shoppe</i>.</p>

			peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui strategi minimalisasi risiko terhadap pembelian <i>online</i> .	
10.	Gusti Karima Shella, UIN Suska Riau 2020 dengan judul Pengaruh Kepercayaan, Resiko Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Pekanbaru)	<ul style="list-style-type: none"> a. Data yang digunakan data primer dan sekunder b. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi c. Variable Penelitian tentang risiko dan pembelian online. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi penelitian b. Teknik penarikan c. perbedaan terletak pada tujuan dalam penelitian terdahulu yakni untuk mengetahui pengaruh mengenai Kepercayaan, Resiko Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui strategi minimalisasi risiko terhadap pembelian <i>online</i>. 	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa bahwa penanganan keluhan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian online berpengaruh positif

B. Kajian Teori

1. Minimalisasi Risiko

Risiko adalah kejadian-kejadian yang potensi untuk terjadi yang mungkin dapat menimbulkan kerugian pada suatu perusahaan. Risiko timbul karena adanya unsur yang ketidakpastian dimasa mendatang,

adanya, penyimpangan, terjadinya sesuatu yang tidak diharapkan, atau tidak terjadinya sesuatu yang diharapkan.²⁰

Manajemen risiko adalah proses untuk mengidentifikasi *loss exposure* (potensi kerugian) yang dihadapi suatu perusahaan dan untuk memilih teknik yang tepat untuk memperlakukan *exposure* tersebut. Di masa lalu, manajer risiko biasanya mempertimbangkan *loss exposure* murni yang dihadapi perusahaan. Bagaimanapun, pembaharuan bentuk dari manajemen risiko menimbulkan risiko pertimbangan kepastian risiko spekulatif yang baik.

Manajemen risiko adalah konsep yang luas, meliputi seluruh teknik untuk memperlakukan *loss exposure* sebagai tambahan pada tambahan pada asuransi. Dalam hal ini, banyak manajer risiko termasuk dalam organisasi profesional yang dikenal sebagai *Risk and Insurance Management Society* (RIMS). RIMS mempromosikan prinsip-prinsip manajemen risiko dan membantu manajer risiko dalam penerapan dari teknik alternatif untuk memperlakukan *loss exposure*.²¹

Pengendalian risiko mengacu pada teknik untuk menurunkan frekuensi kerugian yang terjadi secara kebetulan. Sementara itu, pembiayaan risiko mengacu pada teknik yang menyediakan biaya kerugian yang terjadi secara kebetulan setelah pengendalian. Pada umumnya manajer risiko menggunakan kombinasi dari teknik tersebut untuk memperlakukan setiap potensi kerugian.

²⁰ Reni maralis, “Manajemen Risiko(Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019).,4.

²¹ Soekarto, “Manajemen Risiko dan Asuransi (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017).

Pengendalian risiko meliputi teknik yang mencegah kerugian dari terjadinya atau mengurangi kehebatan dari kerugian setelah terjadinya kerugian. Teknik pengendalian risiko yang utama meliputi hal-hal sebagai berikut.

a. Penghindaran

Penghindaran, yaitu kerugian terhadap *exposure* tertentu yang tidak pernah diperoleh atau *loss exposure* yang ada yang dapat dihindari. Keuntungan utama dari penghindaran, yaitu bahwa kesempatan terjadinya kerugian dikurangkan sampek nol jika *loss exposure* tidak pernah diperoleh. Sebagai tambahan, apabila *loss exposure* dihindarkan kemungkinan terjadinya kerugian berkurang atau tereliminasi karena aktivitas atau produk yang dapat menyebabkan kerugian yang telah dihindarkan penghindaran, mungkin masih meninggalkan perusahaan dengan sisa pertanggungjawaban *exposure* penjualan dari produk yang terdahulu.

Penghindaran, memiliki dua kerugian utama, yaitu pertama, perusahaan mungkin tidak akan mampu untuk menghindari kematian dini dari eksekutif utama. Kedua, hal itu mungkin tidak dapat dikerjakan dengan mudah atau dilaksanakan untuk menghindari *exposure*.²²

²² Soekarto, "Manajemen Risiko dan Asuransi (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017), 3.16-3.17.

b. Pengendalian kerugian

Pengendalian kerugian memiliki dua dimensi, yaitu pencegahan kerugian dan penurunan kerugian. Pencegahan kerugian mengacu pada tindakan yang mengurangi frekuensi dari kerugian yang khusus. Penurunan kerugian pada tindakan untuk mengurangi kehebatan dari kerugian setelah kerugian itu terjadi. Risiko ada dimana-mana, bisa datang kapan saja, dan sulit dihindari. Jika risiko tersebut menimpa suatu organisasi, maka organisasi tersebut bisa mengalami kerugian yang signifikan. Dalam beberapa situasi, risiko tersebut bisa mengakibatkan kehancuran organisasi tersebut, karena itu risiko penting untuk dikelola. Manajemen risiko bertujuan untuk mengelola risiko sehingga risiko bisa bertahan, atau barangkali mengoptimalkan risiko. Perusahaan seringkali secara sengaja mengambil risiko tertentu, karena melihat konteks keuntungan dibalik risiko tersebut.²³

Disini ingin membahas minimalisasi risiko dalam konteks pembelian dalam *marketplace shopee*, bagaimana suatu pembelian bisa mengelola risiko yang dihadapinya. Bagiang berikut ini membicarakan secara ringkas mengenai minimalisasi risiko. Minimalisasi risiko pada dasarnya dilakukan melalui proses-proses berikut:

²³ Mamduh M. Hanafi., Manajemen Risiko (Yogyakarta: UPP STIM YKPN)., 9.

1) Identifikasi Risiko

Identifikasi risiko dilakukan untuk mengidentifikasi risiko-risiko apa saja yang dihadapi oleh suatu organisasi. Banyak risiko yang dihadapi oleh suatu organisasi, mulai dari risiko penyelewengan oleh karyawan, risiko kejatuhan meteor atau komet, dan lainnya. Ada beberapa teknik untuk mengidentifikasi risiko, misal dengan menelusuri sumber risiko sampai terjadinya peristiwa yang tidak diinginkan.²⁴ Secara umum langkah-langkah dalam identifikasi risiko adalah mengidentifikasi risiko dan mempelajari karakteristik risiko tersebut.²⁵ Bagaimana mengidentifikasi risiko, mengidentifikasi bahwa perusahaan atau organisasi mempunyai eksposur terhadap risiko tertentu? Beberapa teknik bisa digunakan bagian berikut ini membicarakan teknik-teknik tersebut.

a) Analisis sekuen risiko

Risiko mempunyai sekuen dari sumber risiko sampai kemudian munculnya kerugian karena risiko tersebut. Setelah melakukan analisis sekuen semacam itu, kita bisa melakukan pencegahan munculnya kejadian yang tidak diinginkan dengan memfokuskan pada sekuen yang terjadi.²⁶

Analisis semacam itu sangat sesuai untuk eksposur aset fisik seperti gedung yang rentan terhadap kebakaran, bangunan yang

²⁴ Ibid., 10.

²⁵ Ibid., 51.

²⁶ Ibid., 53.

rentan terhadap kebakaran, bangunan yang rentan terhadap banjir, dan sebagainya. Tetapi meskipun demikian, analisis sekuen semacam itu juga bisa dipakai dipakai untuk risiko lainnya.

b) Mengidentifikasi sumber-sumber risiko

Teknik lain adalah dengan memperluas pengamatan terhadap sumber-sumber risiko. Setelah sumber-sumber risiko tadi diidentifikasi, kita mencoba melihat risiko-risiko apa saja yang bisa muncul dari sumber-sumber risiko tersebut. Berikut ini sumber-sumber risiko dari lingkungan disekitar kita.²⁷

(1) Lingkungan fisik: bangunan yang dimakan usia sehingga menjadi rapuh, sungai yang bisa menyebabkan banjir, gempa bumi, badai, topan *vandalism* (pengerusakan).

(2) Lingkungan sosial: kerusakan sosial, demonstrasi, konflik dengan masyarakat lokal, pemogokan pegawai, pencurian, perampokan.

(3) Lingkungan politik: perubahan perundangan, perubahan peraturan, konflik antar negara yang mendorong boikot produk perusahaan.

(4) Lingkungan legal: gugatan karena gagal mematuhi peraturan dan perundangan yang berlaku.

²⁷ Ibid., 54.

- (5) Lingkungan operasional: kecelakaan kerja, kerusakan mesin, kegagalan sistem komputer, serangan virus terhadap komputer.
- (6) Lingkungan ekonomi: kelesuan ekonomi (resesi), inflasi yang tidak terkendali.

Dengan mengamati sumber-sumber risiko semacam itu, kita bisa memperoleh gambaran risiko-risiko apa saja yang muncul dan membahayakan organisasi. Alternatif kategori sumber risiko adalah sebagai berikut.

- (1) Kosumen: keluhan dari konsumen mengakibatkan kekecewaan dan tidak mau lagi membeli produk perusahaan, konsumen merasa dirugikan kemudian menuntut perusahaan.
- (2) Supplier: pasokan dari supplier tidak datang sesuai dengan yang diharapkan (terlambat atau spesifikasinya berbeda)
- (3) Pesaing: pesaing meluncurkan produk baru yang lebih baik, pesaing menurunkan harga yang bisa mengakibatkan persaingan harga yang menurunkan tingkat keuntungan perusahaan.
- (4) Regulator: perusahaan gagal mematuhi peraturan atau perundangan yang berlaku, perubahan perundangan yang berlaku mengakibatkan perusahaan merugi.

Kita juga menggabungkan sumber diatas dengan sumber risiko sebelumnya. Nampak bahwa dengan mengamati

sumber-sumber risiko tersebut, risiko yang dihadapi oleh perusahaan menjadi tidak terbatas. Daftar risiko tersebut akan sangat banyak, diluar kendali perusahaan. Tahap berikutnya adalah melakukan prioritas yaitu menetapkan risiko mana saja yang paling relavan terhadap organisasi.

c) Teknik pendukung lainnya

Disamping teknik identifikasi risiko yang telah dijelaskan di atas, berikut ini teknik pendukung lainnya untuk mengidentifikasi risiko.²⁸

(1) Metode laporan keuangan

Metode tersebut dimulai dengan melihat rekening-rekening dalam laporan keuangan. Dari rekening tersebut, kemudian dianalisis risiko-risiko apa saja yang bisa muncul dari rekening atau transaksi yang terlibat rekening tersebut.

(2) Menganalisis *flow chart* kegiatan dan operasi perusahaan

Metode ini berusaha melihat sumber-sumber risiko dari *flow-chart* kegiatan dan operasi perusahaan. Metode ini terutama sangat sesuai untuk risiko tertentu, seperti risiko dari proses produksi.

(3) Analisis kontrak

Analisis kontak bertujuan melihat risiko yang bisa muncul karena kontrak tertentu. Risiko ini berkaitan dengan risiko

²⁸ Ibid., 55.

tuntutan hukum. Spesifikasi kontrak yang tidak menyeluruh bisa menimbulkan celah-celah yang bisa dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Karena itu sedapat mungkin kontrak dituliskan dengan bahasa yang jelas (hitam putih), menyeluruh, untuk meminimalkan risiko seperti risiko tuntutan hukum atau ganti rugi. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan meminta departemen hukum atau kepatuhan untuk memeriksa poin-poin dalam kontrak, menganalisis dengan kemungkinan-kemungkinan konsekuensi hukum jika suatu kontrak dituliskan dengan redaksi yang tertentu.

(4) Catatan statistik kerugian dan laporan kerugian perusahaan

Jika perusahaan mempunyai database yang baik, perusahaan bisa mencatatat kerugian-kerugian yang dialami oleh perusahaan. Perusahaan bisa menetapkan standar ke normalan yang tertentu untuk setiap kejadian. Jika suatu kejadian muncul dengan dengan catatan yang normal, maka manajer risiko bisa memeriksa lebih lanjut penyebabnya.

Tidaknormalan tersebut bisa terjadi karena frekuensi yang terlalu sering (lebih sering dibandingkan dengan frekuensi normal), atau nilai kerugian yang terlalu tinggi (lebih tinggi dibandingkan dengan nilai kerugian yang normal), analisis terhadap penyimpanan bisa membantu mengidentifikasi

penyimpangan bisa membantu mengidentifikasi sumber-sumber risiko.

(5) *Survei* atau wawancara terhadap manajer

Manajer merupakan pihak paling tahu operasi perusahaan, termasuk risiko-risiko yang dihadapi perusahaan. Karena itu mereka bisa diminta bantuannya untuk mengidentifikasi risiko-risiko yang dihadapi oleh organisasi. Yang diperlukan adalah metodologi yang sistematis yang bisa memfasilitasi sesi diskusi tersebut.

Sebagai ilustrasi, *United Grain Growers* yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pertanian di Kanada melakukan sesi '*brainstroming*' antara manajernya dengan konsultan manajemen risiko, untuk mengidentifikasi risiko-risiko yang paling penting yang dihadapi oleh perusahaan. Hasil diskusi tersebut menunjukkan ada enam tipe risiko yang paling penting, dengan urutan sebagai berikut.²⁹

- (1) Risiko komoditas: harga komoditas yang jatuh padahal perusahaan memegang komoditas tersebut.
- (2) Risiko cuaca: cuaca yang tidak menguntungkan sehingga mengacaukan panen, dan kemudian menurunkan volume pertanian yang dikirimkan oleh perusahaan (penjualan menurun).

²⁹ Ibid., 55.

- (3) Risiko *counterparty*: yaitu *counterparty* perusahaan gagal memenuhi kontraknya terhadap perusahaan.
- (4) Risiko lingkungan: yaitu perusahaan menghadapi tuntutan hukum karena perusahaan dituduh merusak lingkungan (seperti mencemarkan lingkungan)
- (5) Risiko persediaan: yaitu persediaan yang dipegang mengalami kerusakan (misal membusuk)
- (6) Risiko kredit: yaitu *counterparty* gagal bayar kepada perusahaan.

2) Evaluasi dan Pengukuran Risiko

Tujuan evaluasi risiko adalah untuk memahami karakteristik risiko dengan lebih baik. Jika kita memperoleh pemahaman yang lebih baik, maka risiko akan lebih mudah dikendalikan. Evaluasi yang lebih sistematis dilakukan untuk 'mengukur' risiko tersebut.³⁰ Untuk risiko lain, evaluasi dan pengukuran yang berbeda bisa dilakukan. Sebagai contoh, risiko perubahan teknik bunga bisa diukur dengan teknik *duration* (durasi). Risiko pasar bisa dievaluasi dengan menggunakan teknik risiko sudah cukup baik sehingga teknik pengukuran risiko tersebut sudah berkembang. Sehingga pemahaman kita terhadap risiko lain

³⁰ Mamduh M. Hanafi., Manajemen Risiko (Yogyakarta: UPP STIM YKPN)., 10.

belum begitu baik sehingga teknik pengukuran risiko tersebut belum begitu berkembang.³¹

Secara umum langkah-langkah dalam pengukuran risiko adalah pengukuran risiko tersebut, melihat seberapa besar dampak risiko tersebut terhadap kinerja perusahaan, dan menentukan prioritas risiko tersebut.³² Tahap mengukur risiko. Jika risiko bisa diukur, kita bisa melihat tinggi rendahnya risiko yang dihadapi oleh perusahaan. Kemudian bisa melihat dampak dari risiko tersebut terhadap kinerja perusahaan, sekaligus bisa melakukan prioritasasi risiko (risiko mana yang paling relevan). Pengukuran risiko biasanya dilakukan melalui kuantifikasi risiko. Kuantifikasi bisa dilakukan dengan metode yang sederhana sampai metode yang sangat kompleks. Pengukuran dan kualifikasi risiko akan sangat tergantung dari karakteristik risiko tersebut.

a) Matriks frekuensi dan signifikansi risiko

Teknik pengukuran yang cukup sederhana (tidak terlalu melibatkan kuantifikasi yang rumit) adalah pengelompokan risiko berdasarkan dua dimensi yaitu frekuensi dan signifikansi.

Proses tersebut pada dasarnya melakukan dua hal: (1) mengembangkan standar risiko, dan (2) menerapkan standar tersebut untuk risiko yang telah diidentifikasi. Sebagai contoh, manajer risiko membuat standar frekuensi munculnya kejadian

³¹ Ibid., 11.

³² Ibid., 51.

yang merugikan dengan menggunakan tiga kriteria, misal frekuensi rendah, sedang dan menengah. Manajer tersebut jika bisa membuat standar signifikansi kerugian dengan menggunakan, misal, tiga kriteria yaitu normal, menengah, dan serius. Setelah kita menetapkan standar untuk dua dimensi tersebut, langkah berikutnya adalah menerapkan teknik tersebut untuk mengevaluasi rasio tertentu.

Matriks dan signifikansi merupakan salah satu contoh bagaimana kita berusaha mengkuantifisir risiko. Setelah kita bisa mengetahui posisi dan risiko yang kita evaluasi, kita bisa merancang tindakan yang lebih tepat untuk menghadapi risiko tersebut (menentukan prioritas risiko).

b) Teknik kuantifikasi risiko lainnya

Selain matriks frekuensi dan signifikansi, masih banyak teknik pengukuran atau kuantifikasi lainnya. Penggunaan teknik tersebut akan tergantung dari karakteristik risiko yang kita evaluasi.

3) Pengelolaan Risiko

Risiko harus dikelola, jika organisasi gagal untuk mengelola risiko, maka konsekuensi yang diterima bisa cukup serius, misal kerugian yang besar. Risiko bisa dikelola dengan berbagai cara, seperti penghindaran, ditahan (*retention*), diversifikasi, atau ditransfer ke pihak lainnya. Erat kaitannya dengan

manajemen risiko adalah pengendalian risiko (*risk control*), dan pendanaan risiko (*risk financing*).³³

a) Penghindaran. Cara paling mudah dan aman untuk mengelola risiko adalah menghindar. Tetapi semacam ini barang kali tidak optimal. Sebagai contoh, jika kita ingin mencari keuntungan dari bisnis, maka mau tidak mau kita harus keluar dan menghadapi risiko tersebut.

b) Ditahan (*Retention*). Dalam beberapa situasi, akan lebih baik jika kita menghadapi sendiri risiko tersebut (menahan risiko tersebut, atau *risk retention*). Diversifikasi. Diversifikasi berarti menyebar eksposur yang kita miliki sehingga tidak terkonsentrasi pada satu atau dua eksposur saja.³⁴

c) Transfer risiko. Jika kita tidak ingin menanggung risiko tertentu, kita bisa mentranfer risiko tersebut ke pihak lain yang mampu menghadapi risiko tersebut.

d) Pengendalian risiko. Pengendalian risiko dilakukan untuk mencegah atau menurunkan probabilitas terjadinya risiko atau kejadian yang tidak kita inginkan.

e) Pendanaan risiko. Pendanaan risiko mempunyai arti bagaimana ‘mendana’i kerugian yang terjadi jika suatu risiko muncul.³⁵

Di samping proses manajemen risiko yang dipaparkan di atas, ada beberapa indikator dalam meminimalisasi risiko yakni:

³³ Mamduh M. Hanafi., Manajemen Risiko (Yogyakarta: UPP STIM YKPN), 11.

³⁴ Ibid., 11.

³⁵ Ibid., 12.

a) Risiko pasar

Risiko pasar adalah risiko perubahan harga pada posisi neraca dan rekening administratif termasuk transaksi derivatif, akibat perubahan secara keseluruhan dari kondisi pasar, termasuk risiko perubahan harga *option*.³⁶ Risiko pasar adalah risiko yang disebabkan oleh faktor-faktor yang secara bersamaan mempengaruhi harga saham di pasar modal. Risiko ini ada karena adanya perubahan ekonomi secara makro atau politik seperti kebijakan fiscal pemerintah, pergerakan tingkat suku bunga, nilai tukar mata uang, dan inflasi. Semua ini dapat menyebabkan reaksi pasar modal yang dapat dilihat dari indeks pasar.

Risiko sistematis akan selalu ada dan tidak dapat dihilangkan dengan diversifikasi. Risiko ini tidak dapat dikontrol karena dipengaruhi oleh risiko pasar (Myers, 2008). *Capital Asset Pricing Model* (CAPM) merupakan bagian penting dalam bidang keuangan yang digunakan dalam memprediksi hubungan antara *expected return* dan risiko suatu aset. Sebagai tolak ukur (*benchmark*) dalam mengevaluasi tingkat pengembalian (*rate of return*) suatu investasi. Misalnya, bila investor menganalisis return suatu saham, investor ingin tahu apakah return saham tersebut lebih tinggi, lebih rendah,

³⁶ IBI, Manajemen Risiko 1, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), 7.

atau wajar dikaitkan dengan risikonya dan membantu dalam memprediksi *expected return* suatu aset yang tidak atau belum diperdagangkan di pasar.³⁷

b) Risiko finansial

Financial Risk (risiko keuangan) adalah adanya kemungkinan dalam pembelian sebuah produk tidak akan memberikan nilai pada uang yang digunakan. Dalam literatur perilaku konsumen, hasil yang diinginkan dari keputusan pembelian produk perlu kepuasan, di mana hasil positif diharapkan meskipun terdapat ketidakpastian dalam proses pembelian itu.

Financial risk juga didefinisikan sebagai kerugian finansial konsumen; karena salah alokasi investasi, ketidaksesuaian antar harga dengan produk yang diperoleh, ketidakbijaksanaan dalam membelanjakan barang, dan kemungkinan produk membutuhkan perbaikan atau penggantian. Termasuk juga konsumen kehilangan uangnya karena salah membeli. Ketika kehilangan atas uang itu sebagai pertimbangan penting, risiko finansial dikatakan tinggi.³⁸

³⁷ Gresna Buana, DKK. "Pengaruh Risiko Pasar, Nilai Tukar, Suku Bunga Dan Volume Perdagangan Terhadap Return Saham (studi kasus pada perusahaan yang terdaftar dalam ibdeks LQ45)", *Diponegoro Journal Of Management* 5 No. 2, (Tahun 2016):3.

³⁸ Mohammad Lukmanul Hakim, *Pengaruh Financial Risk dan Performance Risk Terhadap Switching Barrier Nasabah PT. BPRS Lantabur Tebuireng Mojokerto*, Universitas Sunan Ampel Surabaya, 2016, 19.

c) Risiko operasional

Risiko operasional adalah risiko kerugian yang mungkin timbul sebagai akibat dari ketidakcukupan atau kegagalan proses internal, manusia, sistem, atau peristiwa-peristiwa dari eksternal. Bank Indonesia (2003) mendefinisikan risiko operasional sebagai berikut: risiko operasional adalah risiko yang antara lain disebabkan ketidakcukupan dan/atau tidak berfungsinya proses internal, kesalahan manusia, kegagalan sistem, atau adanya problem eksternal yang memengaruhi operasional bank.³⁹

Risiko operasional dapat menimbulkan kerugian keuangan secara langsung maupun tidak langsung dan kerugian potensial atau hilangnya kesempatan memperoleh keuntungan.

⁴⁰ Risiko operasional merupakan suatu istilah yang mempunyai berbagai arti dalam seluruh sektor perbankan dan industri jasa keuangan.⁴¹

Basel II (lembaga yang mengatur perbankan internasional) mendefinisikan risiko operasional sebagai risiko yang timbul karena kegagalan dari proses internal, manusia, sistem atau dari kejadian eksternal. Nampak bahwa definisi tersebut mencakup hal yang sangat luas. Tetapi pengelompokan semacam itu bermanfaat karena bisa

³⁹ R.A. supriyono., manajemen risiko(Yogyakarta : Gadjah Mada University press), 118.

⁴⁰ Ibid.,118.

⁴¹ Ibid.,119.

memberikan pengetahuan mengenai sumber-sumber dari risiko operasional.⁴²

d) Resiko Perubahan Kurs

Risiko perubahan kurs adalah nilai suatu mata uang lainnya. Sebagai contoh, kurs Rp/ \$ barangkali dituliskan sebagai berikut ini: Rp 10.000/\$. Kurs tersebut mempunyai arti bahwa satu dolar Amerika Serikat nilainya sama dengan Rp 10.000 rupiah. Nilai absolut dari kurs tersebut barangkali tidak begitu penting. Dengan kata lain, dalam kurs, tidak berarti bahwa rupiah merupakan mata uang yang lebih jelek karena lebih murah dibandingkan dengan dolar AS. Perubahan kurs barangkali yang lebih penting diperhatikan. Jika rupiah mempunyai kecenderungan melemah terhadap dolar AS, maka kecenderungan tersebut bisa mengidinsikan sesuatu. Mata uang suatu Negara merupakan cerminan kondisi ekonomi suatu negara. Jika perekonomian suatu negara membaik, maka mata uang tersebut cenderung menguat terhadap mata uang negara lainnya. Karena itu, jika mata uang suatu negara melemah terhadap mata uang negara lain, maka ada kemungkinan bahwa kondisi negara tersebut melemah dibandingkan dengan sebelumnya.⁴³

⁴²Mamduh M. Hanafi., Manajemen Risiko (Yogyakarta: UPP STIM YKPN), 194.

⁴³Mamduh M. Hanafi., Manajemen Risiko (Yogyakarta: UPP STIM YKPN),

e) Risiko Gugatan

Eksposur kewajiban legal (*liability*) muncul jika pengadilan memutuskan kita sebagai pihak bertanggung yang harus membyar ganti rugi kepada pihak lainnya. Kewajiban muncul jika bisa dibuktikan adanya pihak yang *neglect* (ceroboh atau tidk hati-hati). Eksposur gugatan lebih kompleks dibandingkan dengan eksposur property karena melbatkan banyak pihak: pihak yang menuntut, pihak yang dituntut, perusahaan asuransi (jika dilibatkan), dan sistem pengadilan/ sistem hukum. Bagian ini membicarakan eksposur kewajiban yang mungkin muncul dan dihadapi oleh perusahaan atau organisasi.⁴⁴

f) Risiko Prubahan Harga Pasar

Perubahan tingkat bunga bisa menyebabkan perubahan nilai pasar asset dan/ atau kewajiban yang dipegang oleh perusahaan. Jika penurunan nilai asset lebih besar dibandingkan dengan penurunan nilai kewajiban, maka perusahaan mengalami kerugian, dan sebaliknya. Secara umum, jika tingkat bunga meningkat maka nilai sekuritas cenderung mengalami penurunan. Nilai suatu sekuritaas (missal Obligasi) merupakan *present Value* dari liran kas yang akan diterima Investor dimasa mendatang. Jika tingkat bunga

⁴⁴ Mamduh M. Hanafi., Manajemen Risiko (Yogyakarta: UPP STIM YKPN).,

meningkat, maka *discount rate* (tingkat diskonto) juga akan meningkat, yang menyebabkan pembagi menjadi lebih besar, dan *present value* aliran kas dimasa mendatang akan semakin kecil.

Tingkat penurunan nilai tersebut bisa berbeda dari satu sekuritas ke sekuritas yang lain. Sebagai contoh, jika tingkat bunga meningkat, maka nilai pasar di obligasi akan mengalami penurunan. Tetapi obligasi dengan jangka waktu yang lebih lama, nilainya akan turun lebih besar dibandingkan dengan obligasi jangka waktu yang lebih⁴⁵ pendek. Hal yang sebaliknya akan terjadi jika tingkat bunga mengalami penurunan. Obligasi dengan jangka waktu lama akan mengalami kenaikan nilai pasar lebih cepat dibandingkan dengan obligasi jangka pendek. Dengan kata lain, nilai pasar obligasi jangka panjang lebih sensitif terhadap perubahan tingkat bunga dibandingkan dengan nilai obligasi jangka pendek.⁴⁶

g) Risiko Teknologi

Teknologi di satu sisi mempunyai manfaat, di sisi lain memunculkan risiko baru. Perusahaan yang menggunakan teknologi yang tepat bisa mendorong bisnis perusahaan (meningkatkan penjualan dan menurunkan biaya). Tetapi

⁴⁵ Mamduh M. Hanafi., Manajemen Risiko (Yogyakarta: UPP STIM YKPN),

⁴⁶ Mamduh M. Hanafi., Manajemen Risiko (Yogyakarta: UPP STIM YKPN),

penggunaan teknologi yang tidak tepat bisa merugikan perusahaan dengan signifikan. Dalam kasus yang lebih ekstrim, teknologi baru bisa menghancurkan perusahaan yang tidak menguasai teknologi tersebut. Sayangnya risiko yang berkaitan dengan teknologi relative lebih sulit dipahami karakteristiknya, lebih sulit dikuantifisir, dan lebih sulit diantisipasi, meskipun risiko teknologi tersebut merupakan suatu yang riil.⁴⁷

h) Risiko Kredit

Risiko kredit merupakan risiko yang akan diderita bank akibat dari tidak dilunasinya kredit yang telah diberikan bank kepada debitur. Rasio yang digunakan dalam menghitung risiko kredit adalah Non Performing Loan (NPL) yang merupakan perbandingan total kredit bermasalah dengan total kredit yang diberikan. NPL yang meningkat mengindikasikan kinerja perbankan semakin buruk (Nugraheni dan Hapsoro, 2007).⁴⁸

i) Risiko Likuiditas

Risiko likuiditas merupakan salah satu faktor yang memengaruhi profitabilitas. Risiko likuiditas adalah risiko yang disebabkan oleh ketidakmampuan bank memenuhi kewajiban yang telah jatuh tempo. LDR (Loan to Deposit Ratio) adalah indikator yang digunakan untuk risiko likuiditas. LDR menggambarkan kemampuan bank membayar kembali

⁴⁷ Mamduh M. Hanafi., Manajemen Risiko (Yogyakarta: UPP STIM YKPN),

⁴⁸ I made Dana, dkk. "Pengaruh Risiko Kredit Risiko Operasional dan Risiko Likuiditas Terhadap Probabilitas BPR di kota Denpasar", E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 3, 2016 : 1489.

penarikan yang dilakukan deposan dengan mengandalkan kredit yang diberikan sebagai sumber likuiditas.⁴⁹

Risiko likuiditas terjadi jika perusahaan mengalami kesulitan membayar kewajiban jangka pendek. Jika risiko likuiditas tidak ditangani dengan baik, risiko tersebut bisa meningkat menjadi risiko solvabilitas atau *solvency risk*, yang bisa mengakibatkan kebangkrutan perusahaan.⁵⁰

j) Risiko Fundamental

Risiko fundamental dan risiko khusus (fundamental risk and particular risk) Risiko fundamental adalah risiko yang kemungkinannya dapat timbul pada hampir sebagian besar anggota masyarakat dan tidak dapat disalahkan pada seseorang atau beberapa orang sebagai penyebabnya, Risiko khusus adalah risiko yang bersumber dari peristiwa-peristiwa yang mandiri dimana sifat dari risiko ini adalah tidak selalu bersifat bencana, bisa dikendalikan atau umumnya dapat diasuransikan.⁵¹

2. Pembelian Berbasis *Online*

Turban et al. (2004), Katawetawaraks dan Wang (2011) menjelaskan bahwa belanja *online* adalah kegiatan pembelian produk (baik barang ataupun jasa) melalui media internet. Kegiatan belanja online

⁴⁹ Ibid.,1490.

⁵⁰ Mamduh M. Hanafi., Manajemen Risiko (Yogyakarta: UPP STIM YKPN),239.

⁵¹ Mastura labombang.,“Manajemen Risiko Dalam Proyek Kontruksi”., Jurnal SMARTek, Vol. 9 No. 1. Pebruari 2011.,40.

meliputi kegiatan *Business to Business (B2B)* maupun *Business to Consumers (B2C)*. Sementara pada penelitian kegiatan belanja *online* dikaitkan dengan *B2C* karena kegiatan pembelian yang dimaksudkan adalah kegiatan pembelian yang digunakan oleh konsumen sendiri, tidak dijual kembali. Kegiatan belanja *online* di sini adalah transaksi yang bersifat ritel dengan pembeli individu, sehingga belanja *online* di sini adalah sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh individu secara *online*. Salah satu manfaat dalam belanja *online* adalah calon pembeli dapat melihat ter-lebih dahulu (produk) yang akan dibelinya melalui *web* yang ditawarkan oleh penjual. Kegiatan ini sering disebut dengan *searching*.⁵²

Belanja *online* dapat dilakukan dengan cara melakukan *window shopping online* pada *web* yang dituju. Kemudian, pembeli dapat mengeklik barang yang diinginkan. Setelah itu pembeli kemudian dibawa kepada jendela yang menampilkan tata cara pembayaran yang disepakati dan kemudian setelah nominal uang ditransfer, maka penjual akan mengirim barang melalui jasa pos dan sebagainya. Pembayaran dapat dilakukan baik menggunakan kartu debit, kartu kredit, *PayPal*, memotong pulsa pelanggan (untuk transaksi lewat *HP*), cek maupun *COD (Cash On Delivery)* yaitu pembayaran yang dilakukan ketika barang telah dikirim oleh penjual.

⁵² Wardoyo, "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Gunadarma" *Daya Saing* 19, No. 1 (Juni 2017): 14.

Cash On Delivery biasanya dilakukan melalui tatap muka antara penjual dan pembeli, penjual dapat menunjukkan barangnya sehingga pembeli yang tertarik bisa meneliti barang yang akan ia beli. Pembelian semacam ini biasanya melakukan pembayaran secara langsung atau uang kontan. Selain tataplangsung antara penjual dan pembeli, *COD* ini bisa dilakukan antara kurir dan pembeli biasanya penjual hanya akan melayani *COD* apabila daerah pembelimasih dapat dijangkau oleh penjual.

Kotler dan Armstong (2004) menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan tindakan atau perilaku seseorang dalam melakukan keputusan untuk memilih suatu produk baik dari sisi jenis mau-pun kuantitas produk itu sendiri. Proses keputusan itu sendiri paling tidak ada lima tahapan meliputi penge-nalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian alternatif, penentuan pembelian dan perilaku pembelian yang umumnya merupakan kepuasan atas pemilihan keputusan yang diambil.⁵³

Ada beberapa bagian dalam pembelian berbasis *online* yang sering digunakan dalam pembelian tersebut, yaitu:

a. Teknologi

Teknologi secara umum adalah sebuah semua teknologi yang berhubungan dengan pengambilan, pengumpulan, (akuisisi), pengolahan, penyimpanan, penyebaran, dan penyajian informasi (Kementerian Negara Riset dan Teknologi, 2006: 6). Semua perangkat

⁵³ Ibid.,15.

keras, perangkat lunak, kandungan isi, dan infrastruktur komputer maupun komunikasi.⁵⁴

Teknologi Informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Teknologi ini menggunakan seperangkat komputer untuk mengolah data, sistem jaringan untuk menghubungkan satu komputer dengan komputer yang lainnya sesuai dengan kebutuhan, dan teknologi telekomunikasi digunakan agar data dapat disebar dan diakses secara global.⁵⁵

Peran yang dapat diberikan oleh aplikasi teknologi informasi ini adalah mendapatkan informasi untuk kehidupan pribadi seperti informasi tentang kesehatan, hobi, rekreasi, dan rohani. Kemudian untuk profesi seperti sains, teknologi, perdagangan, berita bisnis, dan asosiasi profesi. Sarana kerjasama antara pribadi atau kelompok yang satu dengan pribadi atau kelompok yang lainnya tanpa mengenal batas jarak dan waktu, negara, ras, kelas ekonomi, ideologi atau faktor lainnya yang dapat menghambat bertukar pikiran.

⁵⁴ Deni Darmawan., *Teknologi Pembelajaran* (Bandung: ROSDA)., 1.

⁵⁵ Wawan wardiana., “ *Perkembangan Teknologi Informasi Indonesia*”. 1.

Perkembangan Teknologi Informasi semacam suatu cara baru dalam kehidupan, dari kehidupan dimulai sampai dengan berakhir, kehidupan seperti ini dikenal dengan e-life, artinya kehidupan ini sudah dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan secara elektronik. Dan sekarang ini sedang semarak dengan berbagai huruf yang dimulai dengan awalan e seperti *e-commerce*, *e-government*, *education*, *e-library*, *e-journal*, *e-medicine*, *elaboratory*, *e-biodiversiyy*, dan yang lainnya lagi yang berbasis elektronika.⁵⁶

b. Internet

Internet adalah singkatan dari interconnection networking yang secara sederhana bisa diartikan sebagai a global network of computer networks (Randal dan Latulipe, 2005). Pada era siber internet memiliki akselerasi hyperekponensial yang sulit dibayangkan, sehingga membentuk sebuah komunitas yang memanfaatkan internet secara maksimum untuk kepentingan hidupnya salah satunya adalah untuk kepentingan berkomunikasi tanpa batas ras, bangsa, geografi kelas dan batasan-batasan lainnya.⁵⁷

Menurut Darmawan (2004), saat ini sebagian besar orang beranggapan periklanan diinternet hanyalah memindahkan media tempat beriklan dari media cetak ke media elektronik biasa ke media online yang lebih interaktif. Para pemilik iklan atau situs ini kebanyakan masih memiliki pikiran bahwa beriklan diinternet akan

⁵⁶ Ibid.,1.

⁵⁷ Mujiana, dkk., “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online”, *J@TI Undip*, Vol VIII, No 3, (September 2013):146.

sama hasilnya dengan beriklan dimedia massa. Banyak perusahaan diindonesia yang belum memahami pentingnya internet sebagai sarana promosi dan perusahaan mereka.

Adapun indikator dari pembelian berbasis *Online* yakni *Smartphone* Saat ini pengguna *smartphone* di Indonesia terus meningkat. Sebuah lembaga riset menyebutkan bahwa Indonesia berada di peringkat kelima daftar pengguna *smartphone* terbesar di dunia. Data tersebut dilansir oleh Horace H. Dediu melalui blognya, *asymco.com*. Pada laman *detik.com* tertulis jika populasi Android telah mrncapai lebih dari 1 miliar, sedangkan iOS mencapai 700 juta.⁵⁸

Temuan Locket senada dengan hasil studi serupa yang dilaporkan oleh ABC News pada akhir Mei 2013. Laporan Internet Trends Kleiner Perkins Caufield & Byers's tersebut bahkan menyebutkan angka yang tinggi, yaitu pengguna rata-rata mengecek ponselnya 150 kali dalam sehari. Jika diakumulasi, dalam satu minggu rata-rata orang bisa menggunakan *smartphon*nya lebih dari 1.050 kali. (*kompas.com*).⁵⁹

Hal ini tentu menjadi faktor penentu berubahnya perilaku individu dalam kegiatan sehari-hari khususnya dalam berkomunikasi dengan individu lain karena perilaku komunikasi me-netapkan siapa bicara dengan siapa, tentang apa, dan bagaimana. Perubahan mengenai perilaku individu dapat dipengaruhi salah satunya oleh lingkungan.

⁵⁸ Sharen gifary., "Intensitas Penggunaan *Smartphone* Terhadap Prilaku Komunikasi" *Jurnal Sositologi* 14, No. 2 (Agustus 2015): 170.

⁵⁹ *Ibid.*, 170.

Untuk menghindari perubahan perilaku ke arah yang buruk, seseorang harus dapat memosisikan diri dalam suatu lingkungan di era yang kini teknologinya serba canggih.

Pada kenyataannya, penggunaan *smartphone* memang sangat memengaruhi perilaku komunikasi individu. Kini *smartphone* sudah menjadi media komunikasi pokok. Hal tersebut bisa dibuktikan dengan kenyataan di lapangan. Semua orang pasti tidak bisa lepas dari *gadget*, baik dalam berkomunikasi ataupun sekadar mengunggah di media sosial. Hal tersebut memperlihatkan bahwa intensitas penggunaan *smartphone* berpengaruh terhadap perubahan perilaku individu.⁶⁰

3. *Marketplace Shopee*

Marketplace merupakan pasar elektronik yang menyediakan tempat untuk banyak penjual dan pembeli melakukan berbagai jenis transaksi jual beli barang ataupun jasa layaknya di sebuah pasar biasa namun dilakukan secara virtual (Efraim et al. 2012). Memiliki konsep yang kurang lebih sama dengan pasar tradisional, tugas dari *marketplace* itu sendiri adalah menyediakan tempat bagi para penjual yang ingin berjualan dan membantu mereka untuk bertemu pelanggan kemudian melakukan transaksi dengan lebih sederhana dan mudah. Kini *marketplace* semakin banyak diminati karena kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaannya.⁶¹ Dalam hal ini, konsep yang diterapkan *Marketplace*

⁶⁰ Ibid.,171.

⁶¹ Intan Ratu Servanda., “Peran Ulasan Produk Dan Fot Produk Yang Ditampilkan Penjual Pada Marketplace Shopee Terhadap Minat Beli Pria Dan Wanita” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2, No. 2 (2019): 70.

agar menjadi lebih realita maka harus menggunakan strategi pemasaran sehingga menarik sebagian besar konsumen.

Adapun strategi pemasaran dari setiap perusahaan merupakan suatu rencana keseluruhan untuk mencapai tujuan. Penentuan strategi ini dapat dilakukan oleh manajer pemasaran dengan membuat tiga macam keputusan, yaitu: Konsumen, kepuasan dan marketing. Ketiga elemen ini sangat menentukan arah dari strategi pemasaran perusahaan. Strategi tersebut merupakan rencana jangka panjang yang digunakan sebagai pedoman bagi kegiatan-kegiatan persediaan pemasaran. Strategi pemasaran yang efektif memerlukan suatu pengetahuan tentang keinginan konsumen yang ditujukan terhadap manfaat barang.⁶²

Salah satu *Marketplace* yang kini juga memiliki aplikasi yang sedang marak digunakan adalah *Shopee*. *Shopee* adalah satu dari banyak *website* atau *Marketplace* yang memanfaatkan peluang bisnis *e-commerce* dengan meramaikan segmen toko melalui aplikasi di telepon pintar. Melalui aplikasi yang ada di telepon pintar mereka dapat mempermudah transaksi jual beli. Selain *Shopee* ada juga *Tokopedia*, *Bukalapak*, *Lazada id*, *Blibli*, *Orami*, *JD.id*, *Bhineka*, *Sociolla*, *Zalora*, dan masih banyak lagi.⁶³

⁶² Basu Swastha., “Manajemen Pemasaran Modern”, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1990), 70-73.

⁶³ *Ibid.*, 70.

Ada beragam tawaran dari *Marketplace Shopee* yang diantaranya:

a. *Cashback*

Cashback adalah bentuk potongan harga jual untuk pelanggan yang perlakuannya dibelakang, dan dalam bentuk sejumlah rupiah. Perlakuan potongan dibelakang maksudnya setelah pembelian melakukan pembayaran tunai ataupun down payment (untuk pembelian kredit) dan kadang disertai syarat tertentu.⁶⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Vana, Lambrecht, dan Bertini (2018) mengenai bagaimana pengaruh pembayaran uang kembali terhadap perilaku pembelian konsumen, menemukan bahwa pembayaran *cashback* meningkatkan ukuran pembelian penggunanya, dalam penelitian tersebut juga disebutkan bahwa *cashback* merupakan strategi menarik pelanggan kembali ke perusahaan yang menawarkan dan kembali membelanjakan uangnya, hal ini sejalan dengan penelitian Ballestar, Carles, & Sainz (2016) yang menemukan bahwa pelanggan lebih cenderung terlibat dengan merek melalui aktivitas yang menghasilkan *cashback*.⁶⁵

Menurut Yonathan Indra, *Country Manager* dan *Co-Founder ShopBack* Indonesia, *cashback* dapat membuat konsumen untuk berbelanja lebih cermat dan hemat karena mereka dapat menabung

⁶⁴ Nova Yulinda BR Barus., “Kajian Hukum Pemberian *Cashback* Dalam Bentuk Poin Kepada Konsemen Atas Transaksi Daring Yang Mengandung Unsur *Gharar*”., UM Sumatra Utara, 2020, 9.

⁶⁵ Zulfatul Maula., “Hubungan Antara *Pschological Well-being* Dengan Kecendrungan Prilaku Konsumtif Pada Siswa Pengguna *Go-Pay* Yang Menggunakan Promo *Cashback* Di SMA Negeri 2 Semarang”., *Jurnal Empati* 8, No. 3, 9.

sekaligus berbelanja dalam waktu bersamaan. Adanya *cashback* sekaligus mengedukasi konsumen untuk mengalokasikan pengeluaran secara bijaksana, serta tanpa konsumen sadari telah mengalokasikan uangnya dalam tabungan setiap kali berbelanja dengan menggunakan *cashback* (Ali, 2017). *Head Corporate Affair Go-Pay*, Winny Triswandhani menyatakan bahwa pencatatan pengeluaran dalam sistem uang elektronik dapat membantu konsumen dalam mengatur keuangan (Rajasa, 2018).⁶⁶

b. *Shopee Pay*

ShopeePay Later merupakan salah satu layanan yang dihadirkan oleh Shopee untuk memudahkan para pengguna berbelanja online di aplikasi mereka. *ShopeePay Later* ini mirip seperti *OVO Paylater* yaitu pinjaman instan yang diberikan oleh pengguna *Shopee* yang sudah mendapatkan layanan ini (Retno Dyah Pekerti dan Eliada Herwiyanti, 2018: 2).⁶⁷

Adapun *ShopeePay* merupakan fitur layanan dompet dan uang elektronik yang dapat digunakan sebagai alternatif metode pembayaran di *platform Shopee* dan untuk menampung pengembalian dana. Berikut beberapa fitur *ShopeePay* yang bisa digunakan:⁶⁸

⁶⁶ Ibid., 9.

⁶⁷ Ah Khoirul Wafa., "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap *ShopeePay Latter*", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4, No. 1, (Januari-Juni 2020):19.

⁶⁸ Ibid., 22.

- 1) Penambahan saldo (top up) *ShopeePay* maksimal Rp. 2.000.000,- untuk akun yang belum terverifikasi dan Rp. 10.000.000,- untuk akun yang sudah terverifikasi.
- 2) Pembayaran transaksi di *Shopee*.
- 3) Penarikan dana dari *ShopeePay* dapat dilakukan setelah pengguna melakukan verifikasi identitas (*Shopee: 2019*).

c. Free Ongkir

Gratis ongkir merupakan fitur bebas biaya pengiriman yang diberikan oleh *marketplace shopee* untuk pembeli yang melakukan transaksi pada aplikasi dengan pengiriman yang disediakan oleh mitra. Strategi ongkos kirim sekilas terlihat sepele, tetapi dapat berimbas begitu besar pada transaksi.⁶⁹ Sejauh ini tidak terlalu sulit untuk mendapatkan voucher gratis ongkos kirim itu sendiri. Cukup mengikuti tata cara promo *voucher* nya dan melakukan syarat dan ketentuan yang ada. Maka program gratis ongkos kirim bisa dinikmati oleh pengguna atau *shopee* yang ingin melakukan transaksi dengan ketentuan tersebut.⁷⁰

Adapun indikator pada *Marketplace Shopee* yakni:

1) Harga

Harga merupakan elemen penting pada pemasaran yang mengomunikasikan positioning dari produk yang dimaksud pada konsumen. Pada umumnya harga memiliki pengaruh positif

⁶⁹ Politwika, 99 Langkah Sukses Berbisnis E-Commerce, 230.

⁷⁰ Iqbal Qholid Hasibi, *Literasi Media Dan Peradaban Masyarakat*, (Malang: Intrans Publishing Group, 2020), 101

terhadap kualitas produk. Dalam arti sempit, harga merupakan poin terpenting yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, sedangkan dalam arti luas harga merupakan jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat yang memiliki atau menggunakan produk dan jasa tersebut.⁷¹

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Samsul Anam dkk, mengatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa) atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Menurut Wiliam J Stanton dalam Marius adalah harga merupakan uang yang diperlukan agar memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan layanan yang terdapat di produk. Philip Kotler dan Gary Amstrong mengatakan bahwa harga merupakan ketersediaan konsumen dalam membayarkan sejumlah uang yang sesuai dengan daya beli, kesesuaian dengan kualitas serta membandingkan dengan produk serupa. Adapun definisi lain dari harga menurut Kotler dan Amstrong dalam Ari adalah harga merupakan jumlah uang yang diminta untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. secara historis, harga termasuk faktor terpenting atau faktor utama bagi konsumen untuk menentukan keputusan pembelian.⁷²

⁷¹ Erlisa Hesti Umaroh., “*Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Flash Sale Shoppe Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*”, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020, 14.

⁷² Ibid., 14.

Menurut Kotler dan Armstrong, harga dapat diartikan sebagai nilai yang dibebankan kepada konsumen untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan dan menjadi pemilik dari produk tersebut. Konsumen juga memiliki natasan yang sangat spesifik mengenai harga uamh menurut mereka bisa mereka terima. Konsumen tidak mau membeli suatu produk jika harganya diatas batas wajarnya dan akan meragukan kualitas suatu produk jika harganya di bawah batas wajarnya.⁷³

2) *Fintech*

Dalam mewujudkan terciptanya layanan kepada masyarakat dengan menggunakan komputer sudah tidak asing lagi. Komputer sudah memiliki peranan yang penting di bidang keuangan (*financial*). Istilah *Fintech* atau *financial technology* adalah penggabungan dari pengelolaan keuangan menggunakan sistem *technology*. *Fintech* telah menjadi perhatian masyarakat karena layanan ini menyediakan banyak fitur layanan dalam mempermudah dari sisi finansial seperti digunakan dalam lembaga keuangan koperasi, perbankan dan asuransi.⁷⁴

Fintech didefinisikan sebagai langkah inovasi terhadap layanan keuangan menurut *National Digital Research Centre* (NDRC). Dalam arti layanan keuangan bahwa *Fintech* merupakan inovasi di sektor keuangan yang dipadukan dengan sentuhan

⁷³ Ibid., 15.

⁷⁴ Wahid Wachyu Adi Winarto., “ Peran *Fintech* Dalam Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)”, *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 3, No. 1, (Januari 2020): 63.

teknologi-teknologi modern. Sebagai contoh Transaksi layanan *Fintech* meliputi berbagai macam transaksi seperti pembayaran, investasi, kredit *online*, transfer dan rencana keuangan.

Financial technology (Fintech) juga merupakan langkah inovasi dari sector finansial yang terintergrasi dengan teknologi untuk menghasilkan fasilitas tanpa adanya perantara, mengubah metode perusahaan dalam menyediakan layanan dan produk, selain itu juga dapat memberikan privasi, regulasi dan tantangan hukum serta di mungkinkan dapat memberikan pertumbuhan yang inklusif (Seom dan Dhar, 2017).⁷⁵ *Word Economic Forum* menjelaskan bahwa *Fintech* merupakan pemanfaatan teknologi dan sebuah bisnis yang inovatif di sektor keuangan. Inovasi keuangan ini berupa pemanfaatan teknologi untuk dapat menghasilkan cara baru seperti halnya dalam lembaga keuangan seperti simpanan pinjaman, investasi dan *e payment*.

3) Pengiriman

Jasa pengiriman barang menjadi satu layanan yang sangat dibutuhkan, terlebih di jaman yang serba canggih ini. Manusia akan selalu mencari kemudahan-kemudahan karena era globalisasi dengan perkembangan teknologinya cenderung membuat mereka menyukai hal-hal yang serba instan. Jasa pengiriman barang dapat menjadi solusi bagi mereka yang menyukai kemudahan dan

⁷⁵ Ibid., 63.

kepraktisan dalam hal mengirimkan suatu barang terlebih jika itu menyangkut keterjangkauan wilayah.

Jasa pengiriman barang akan sangat efisien digunakan untuk mengirim barang ke tempat dimana tidak dapat dijangkau sendiri oleh masyarakat. Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dari suatu daerah ke daerah lain yang jauh membuat jasa pengiriman barang ini menjadi sangat penting bagi masyarakat. (Parhusip, Putro & Setiawan, *Jurnal Online Mahasiswa*, Vol. I (No. 1) September 2017).⁷⁶

Sebagai pengguna jasa pengiriman barang, konsumen perlu mendapat perlindungan hukum dalam rangka melindungi kepentingannya. Perjanjian yang dibuat antar pelaku usaha dengan konsumen memuat hak dan kewajiban yang harus dipenuhi dan didapatkan oleh masing-masing pihak. Akan tetapi seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa masih sering ditemui kendala-kendala dalam proses pengiriman barang. Keterlambatan menjadi masalah yang paling sering dialami oleh konsumen. Terlebih jika mulai memasuki hari raya ataupun tahun baru.

⁷⁶ Bambang Eko., dkk, “Perlindungan Konsumen Jasa Pengiriman Barang dalam Hal Terjadi Keterlambatan Pengiriman barang”. *Jurnal Law Reform Program Studi Magister Ilmu Hukum* Volume 14, Nomor 2, (Tahun 2018): 1.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Suatu penelitian agar dapat menghasilkan penelitian berkualitas, maka dibutuhkan suatu metode dan prosedur penelitian yang mendukung terhadap fokus penelitian. Hal ini bermaksud agar tujuan penelitian yang ingin dicapai dapat terwujud dengan sistem serta bisa dipertanggungjawabkan.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁷⁷ Dalam penelitian ini metode pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode pendekatan penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/ kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.⁷⁸ Jadi metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian. Misalnya: tindakan, persepsi, motivasi, perilaku dan lain-lain secara holistik dan dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, Cetakan ke-23, 2016), 2.

⁷⁸ *Ibid.*, 9.

Sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian yaitu berbentuk metode deskriptif. Jenis penelitian metode deskriptif merupakan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat, penelitian ini mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat dan tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta protes-protes yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dalam suatu fenomena.⁷⁹ Jadi metode deskriptif bertujuan untuk memaparkan, menggambarkan, memetakan fakta-fakta berdasarkan cara pandang atau kerangka berfikir tertentu. Metode ini berusaha menggambarkan apa adanya suatu variabel, gejala, atau keadaan yang sedang berlangsung dan efek yang terjadi atau kecenderungan yang tengah berkembang.

Oleh karena itu, sesuai dengan permasalahan yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk melakukan penelitian secara terinci dan mendalam melalui pemaparan, penggambaran, serta menemukan fakta-fakta yang terjadi mengenai strategi minimalisasi risiko pada pembelian berbasis *online* melalui *marketplace shopee* pada Mahasiswi IAIN Jember.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian itu dilaksanakan. Kata dilaksanakan artinya dimana peneliti melakukan pengamatan, wawancara atau melakukan pengukuran (tempat menyebarkan angket), sementara itu juga

⁷⁹ Tarjo, *Metode Penelitian Sistem 3x Baca* (Sleman: Deepublish, Cetakan I 2019), 29.

dapat sekaligus sebagai tempat untuk mendapatkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.⁸⁰

Sedangkan lokasi penelitian yang akan dijadikan sebagai objek penelitian ini berada di IAIN Jember. Alasan peneliti melakukan penelitian di lokasi tersebut untuk dijadikan sebagai objek penelitian dikarenakan kampus IAIN Jember banyak yang menggunakan internet sebagai akses pembelian barang melalui beberapa *marketplace* salah satunya aplikasi *shopee*, maka dari itu peneliti tertarik akan melakukan penelitian di lokasi tersebut.

C. Subjek Penelitian

Menurut Amin, Subjek penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang mengenaunya ingin diperoleh keterangan atau orang pada latar belakang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.⁸¹

Subyek penelitian menunjukkan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Sumber data utama adalah kata-kata dan tindakan orang-orang yang menjadi subyek penelitian yang selanjutnya diamati atau diwawancarai. Pemilihan subjek dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive*. Teknik *purposive* adalah teknik untuk

⁸⁰ Ahmad Tohardi, *Buku Ajar Pengantar Metodologi Penelitian Sosial + Plus* (Pontianak: Tanjungpura University Press, 2019), 444.

⁸¹ Fitrah, Dkk. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (Sukabumi: CV Jejak, 2017), 152.

menentukan informan penelitian dengan beberapa pertimbangan yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representative.⁸²

Dalam penelitian ini subyek yang akan dijadikan sebagai informan adalah Mahasiswi IAIN Jember Angkatan 2017.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode penumpulan data merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian, karena metode ini merupakan strategi untuk mendapatkan data yang diperlukan. Pemilihan tehnik pengumpulan data tergantung pada masalah yang akan dikaji. Demikian pula, dalam pemilihan permasalahan yang akan dikaji, peneliti hendaknya sudah memikirkan kemungkinan dapat dikumpulkannya data yang diperlukan. maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang sudah ditetapkan. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan cara sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Nasution, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan.⁸³ Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Dengan metode observasi, peneliti dapat langsung mencatat setiap kejadian yang berlangsung di lapangan dan peneliti dapat langsung mendapat data dari informan yang dibutuhkan. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi untuk mengumpulkan data mengenai kondisi umum dari obyek penelitian.

Adapun data yang diperoleh dari obsevasi ini adalah sebagai berikut:

⁸² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, Cetakan Ke-23 2016), 218.

⁸³ *Ibid.*, 226.

- a. Kondisi objek penelitian
 - b. Letak geografis kampus IAIN Jember
2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam topik tertentu. Dalam pengertian yang lain juga dijelaskan bahwasannya wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara.⁸⁴

Adapun data yang akan diperoleh dari metode wawancara ini, yaitu:

- a. Data mengenai kepuasan Mahasiswi terhadap *marketplace shopee*
 - b. Upaya Mahasiswi IAIN Jember dalam meminimalisir risiko terhadap pembelian *online* di *marketplace shopee*
3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.⁸⁵ Dokumentasi sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai

⁸⁴ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian* (Yogyakarta: Ar-Ruzz, 2012), 212.

⁸⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, Cetakan Ke-23 2016), 240.

sumber data karena dalam banyak hal dokumentasi sebagai sumber data yang dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan bahkan untuk meramalkan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dokumentasi untuk mengumpulkan data yang bersifat dokumenter seperti foto-foto pada saat proses wawancara terhadap Mahasiswi IAIN Jember.

E. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, dengan lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif.

Analisis data kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, mejabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁸⁶

Metode analisis data deskriptif kualitatif dilakukan melalui tiga tahap yaitu:

1. Kondensasi Data

Data kondensasi mengacu pada proses- proses pemilihan atau seleksi, fokus, menyederhanakan serta melakukan pergantian yang

⁸⁶ Ibid., 244.

terdapat pada catatan lapangan, transkrip wawancara, dokumen maupun data empiris yang telah didapatkan.⁸⁷

- a. *Selecting*, Peneliti harus bertindak *selecting* yaitu dapat mengetahui informasi apa yang dapat dikumpulkan dan dianalisis dalam penelitian.
- b. *Focusing*, Peneliti harus memfokuskan data yang berhubungan dengan rumusan masalah peneliti. Tahap ini merupakan kelanjutan dari seleksi.
- c. *Abstracting*, Peneliti harus membuat rangkuman inti. Pada tahap ini data yang telah dikumpulkan yang berkaitan dengan kualitas dan kecukupan data dievaluasi.
- d. *Simplifying Dan Transformasing*, Dalam penelitian data disederhanakan dan di transformasikan dengan ringkas atau uraian singkat.

Kesimpulan pada kondensasi data ini, peneliti mendapatkan hasil data tertulis berdasarkan hasil dari wawancara yang telah dilakukan di lapangan. Kemudian dilakukan pemilahan pada transkrip wawancara dengan maksud supaya mendapatkan fokus penelitian yang dibutuhkan.

Data kualitatif tersebut dapat diubah dengan cara seleksi, ringkasan, atau uraian, kata-kata sendiri dan lain-lain. Berdasarkan data yang ada, maka peneliti akan mencari data yang penting, sedangkan yang kurang penting, maka akan dibuang. Penelitian ini dalam pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi dengan

⁸⁷ Matthew, B. Milles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjetjep rohendi rohindi, (Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press), 1992), 16.

Mahasiswi angkatan 2017 di kampus IAIN Jember mengenai strategi minimalisasi risiko pembelian berbasis *online* melalui *marketplace shopee*.

2. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Adanya penyajian data dapat mempermudah memahami apa yang terjadi.

3. Verifikasi

Verifikasi merupakan penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif dengan temuan-temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab fokus penelitian yang sudah dirumuskan sejak awal.

Sedangkan dalam pelaksanaan analisis data perlu adanya langkah-langkah dalam pelaksanaannya. Adapun proses analisis data kualitatif adalah sebagai berikut:

- a. Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumentasi pribadi, dokumentasi resmi, gambar dan sebagainya

- b. Reduksi data yang telah dibaca, dipelajari dan ditelaah, dikarenakan data yang akan diperoleh akan sangat banyak sekali jumlahnya sehingga memerlukan adanya reduksi data
- c. Menyusun data hasil reduksi ke dalam satuan-satuan
- d. Penafsiran data dalam mengelola hasil sementara menjadi teori substansi dengan menggunakan beberapa metode tertentu.
- e. Penarikan kesimpulan (penulisan laporan hasil penelitian).

F. Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif harus mengungkapkan kebenaran yang objektif. Oleh karena itu keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Melalui keabsahan data kredibilitas (kepercayaan) penelitian kualitatif dapat tercapai. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi. Adapun triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu.⁸⁸

Jadi triangulasi berarti cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dengan kata lain dengan triangulasi, peneliti dapat merecheck temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori.

⁸⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, Cetakan Ke-23 2016), 273.

Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data, triangulasi sumber dilakukan dengan mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.

G. Tahapan-Tahapan Penelitian

Selayaknya suatu kegiatan ilmiah, sebuah penelitian dilaksanakan melalui prosedur kerja yang berurutan, keurutannya diperlihatkan melalui cara-cara penemuan masalah.

Menurut Moleong, Secara garis besar, penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

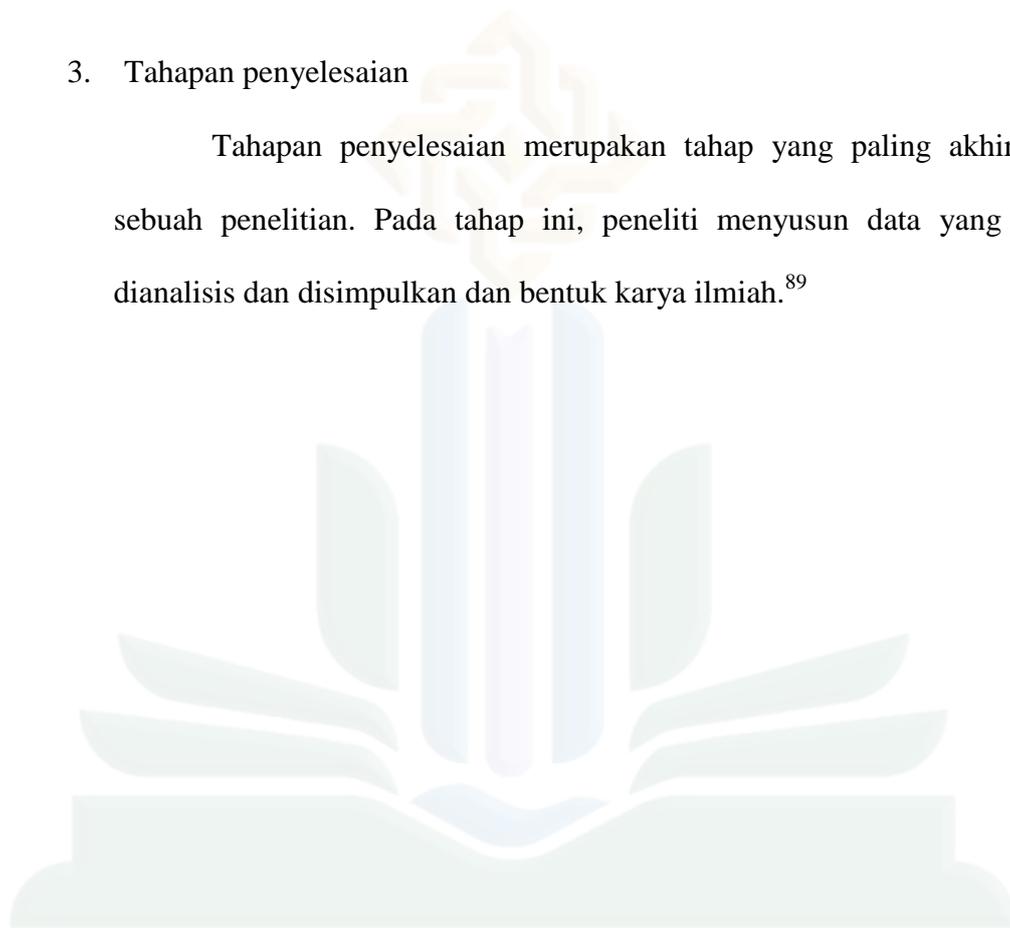
1. Tahapan pra lapangan
 - a. Menyusun rancangan
 - b. Menentukan lokasi penelitian
 - c. Memilih informan
 - d. Menyusun proposal penelitian
 - e. Menjajaki dan menilai keadaan
 - f. Menyiapkan instrument
2. Tahapan pelaksanaan penelitian

Pada tahapan ini peneliti mengadakan observasi dengan melibatkan beberapa informan untuk memperoleh data, antara lain adalah Mahasiswa IAIN Jember Angkatan 2017. Dengan beberapa tahap, yaitu:

- a. Memahami dan memasuki lapangan
- b. Pengumpulan data

3. Tahapan penyelesaian

Tahapan penyelesaian merupakan tahap yang paling akhir dari sebuah penelitian. Pada tahap ini, peneliti menyusun data yang telah dianalisis dan disimpulkan dan bentuk karya ilmiah.⁸⁹



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

⁸⁹ Hamirul, *Metode Penelitian dalam Kerangka Patologi Birokrasi* (Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Setih Setio Muara Bungo, 2020), 125.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Penyajian Data

Penelitian ini merupakan obyek yang dilakukan pada mahasiswi di Kampus IAIN Jember dengan menggunakan prosedur yang semestinya, adapun uraian ini mendeskripsikan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan. Dan nantinya akan di ketahui bagaimana strategi minimalisasi risiko pada pembelian berbasis *online* melalui *marketplace shopee* Mahasiswi IAIN Jember. Dalam penelitian ini tidak semua objek yang diteliti, namun terkait pembahasan yang meliputi dalam bab ini akan ditampilkan data yang menyangkut dengan pengumpulan data, instrumen wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.

Peneliti, setelah melakukan penelitian langsung terhadap sasarannya, sehingga menetapkan beberapa rumusan masalah sesuai dengan tahapan-tahapan dan metode yang sudah ada. Maka paparan data dan temuan penelitian sebagai berikut:

1. Risiko Pembelian Berbasis *Online* Melalui *Marketplace Shopee* oleh Mahasiswi IAIN Jember.

Pada tanggal 15 bulan Juni 2021 peneliti observasi di Kampus IAIN Jember bertemu dengan salah satu mahasiswi yang sedang melakukan pembelian pada *marketplace shopee*

Kemudian peneliti wawancara terhadap (Mahasiswi IAIN Jember Angkatan 2017)⁹⁰:

Wawancaranya “kepuasan pada barang itu tergantung toko yang jual kalau pendapat pribadi semisal mau beli biasanya ke toko langganan atau ke toko yang anggapannya sudah *terseller* atau penjualannya sudah ribuan yang membeli akan tetapi yang penjualannya tidak bisa dijadikan patokan karena terkadang ada penjual yang nakal dia pernah menjual suatu produk emang produknya bagus dan itu terjual ribuan akan tetapi dia memunculkan launching produk baru, produknya itu anggapannya kualitasnya lebih jelek dari pada produk sebelumnya jadi produk yang awalnya terjual ribuan itu dia buang dia hapus untuk digantikan produk yang baru, jadi produk yang baru di upload tadi dia *upload* produk yang awalnya terjual ribuan soalnya saya pribadi pernah ngalami seperti itu, ketika aku membeli produk yang ribuan itu... pas saya pribadi sudah *checkout* pas ku liat komentar-komentarnya itu ternyata banyak yang kasih bintang 3 ataupun 1 berartikan kurang bagus prodaknya. Kalau masalah pengirimannya dari kurir-kurirnya yang shopee pilih yang mana shopee berkerja sama bersama dengan *JNT* itu memuaskan tetapi tidak hanya *JNT* ada *JNE*, *ID EXPRES*, dsb. tetapi pada saat kurirnya *JNE* memang benar cepet pengirimannya cuman saying kurirnya kurang bertanggung jawab, kalau *ID EXPRES*, *JNT* dan SHOPEE EXPRES juga cepet dalam pengirimannya kalau masalah pelayanan shopee semisal dari aplikasi menurut saya pribadi shopee yang lebih mudah diakses responnya yang paling cepet kan di aplikasi shopee ada fitur chat *online*. Meskipun aplikasi ada kekurangan dan ada kelebihanya meskipun terkadang di shopee itu sering terjadi *buffering* apalagi mendekati *event-event* seperti 1.1, 2.2, dan 12.12. kalau dilihat dari harganya shopee terjangkau lebih murah di negara Indonesia dari pada lain seperti *JDID*, *LAZADA*, *TOKOPEDIA*, *BUKALAPAK*, *DLL*. dari keamanan semisal saya pernah megalami hanya mengakses shopee pada waktu pembelianya akantetapi menurut pengalaman orang terdekat saya pribadi atau orang-orang yang membagikan pengalamannya masalah pembelian di *lazada* menurut saya pribadi lebih aman di shopee karena di shopee semisal ada orang yang menjual yang mana tidak bertanggung jawab pihak shopee akan menidak tegas kepada orang yang menjual yang tidak bertanggung jawab tersebut seperti akun penjualnya diblockir ataupun produk-produknya disembunyikan dan tidak bisa di perjual belikan jadi pihak pembeli tidak mencari barang yang dijual oleh penjual yang

⁹⁰ Wawancara, Lina Fuadi Mahasiswi IAIN Jember Juni 2021

tidak bertanggung jawab itu, semisal seperti di *lazada marketplace* ini kemungkinan untuk terjadinya penipuan lebih besar dibandingkan *dimarketplace shopee* kalau di *shopee* semisal penjual yang kurang bertanggung jawab nggak lama bakal diblokir kalau di *lazada* masih banyak penjual yang tidak bertanggung jawab. Risiko pembelian di *shopee* yaitu terkadang barang yang dipesan tidak memuaskan terkadang barang yang di tampilkan pada penjualan *marketplace shopee* tidak sesuai dengan apa yang dipesan akan tetapi terkadang tokonya kalau semisal kasalahan seperti itu bukan dari pihak *marketplace shopee* akan akantetapi itu dari pihak penjualannya, *shopee* disini bertindak untuk merazia-merazia penjual yang kurang bertanggung jawab dan itu menurut saya pribadi itu lebih gerak cepat daripada *marketplace* lain, kalau masalah pengiriman terkadang barang kita terlempar- lempar kalau semisal si penjual kurang memperhatikan keselamatan dan keamanannya barang tersebut bisa-bisa akan terjadi kerusakan pada barangnya konsumen, hal ini juga dari kurang puas barang yang datang kepada konsumen tetapi *shopee* memberikan fitur-fitur yang mana bisa mengajukan untuk pengembalian dana ataupun barang jika penjual sudah menyetujui apa yang kita inginkan semisal ganti barang atau uang karena kita tidak memuaskan”.⁹¹

Dan keterangan diatas di perkuat oleh Lu’lu’ Afifah (Mahasiswi

IAIN Jember 2017)⁹²:

Wawancaranya “karena saya pribadi pastinya pernah beli di *marketplace shopee* dalam hal ritel pakaian salah satunya krudung kalau puas tidaknya itu sebenarnya dari penggunanya yang mana perlu diperhatikan atau dilihat dulu dari tokonya dan kualitasnya itu bagaimana kita bisa melihat penilain-penilaian konsumen sebelumnya kan diaplikasi *shopee* yang sudah tertera kayak penilaian konsumen sebelumnya itu seperti apa.. itu bisa dilihat disitu seperti palaku konsumen bisa menilai ternyata barangnya kualitas bagus apa tidaknya produk itu dan di *shopee* juga ada namanya dikriptive atau kayak penggambaran jadi ini krudung ukuranya barapa itu sudah tertera disitu, kalau pengiriman selama ini selama saya menjadi pengguna *shopee* saya merasa puas tidak pernah terlambat pengemasan juga baik jadi tergantung tokonya kita harus pintar-pintar dalam memilih toko jadi supaya kita bisa puas dapat barangnya yang kita inginkan itu kalau risiko yang diatas kalau kita tidak pintar-pintar dalam memilih toko itu bisa

⁹¹ Lina Fuadi, Wawancara, Jember, 15 Juni 2021.

⁹² Lu’lu’ Afifah, Wawancara, Jember, 16 Juni 2021.

barangnya tidak sesuai dengan apa yang kita harapkan seperti barang kurang baik, pengiriman juga terlambat dsb”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwasanya dalam risiko pembelian yang ada pada *marketplace shopee* terkait dengan kualitas barang, pengirimannya dan sesuai tidaknya barang tersebut pada waktu sampai kepada kosumen ini tergantung bagaimana dalam memilih dan memilah pada ritel-ritel yang ada pada aplikasi *marketplace shopee* karena dalam menyeleksi pembelian tersebut harus mengetahui nilai dari barangnya karena pihak dari *marketplace shopee* hanya memfasilitasi pihak produsen.

2. Strategi Minimalisasi Risiko pada Pembelian Berbasis *Online* melalui *Marketplace Shopee* oleh Mahasiswi IAIN Jember.

Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara terhadap Mahasiswi

IAIN Jember 2017 :⁹³

Wawancaranya : jadi strategi yang bisa dilakukan saat membeli barang di *marketplace shopee* yang pertama mencari toko yang sudah banyak pembelinya karena toko yang banyak pembelinya pasti banyak penilaiannya juga dari penilaian tersebut bisa mengetahui kualitas bagus tidaknya barang, biasanya yang banyak pembeliannya ada tanda star seller plus pada akun tersebut yang kedua bisa melihat penilain bintang minimal barang yang akan dibeli mendapat ranting atau penilaian bintang yang diberikan ke pembeli sekitar 4,8 dari penilain tersebut bisa mengetahui mengapa barang tersebut mendapatkan bintang 1, 2, 3, 4 atau 5 dari bintang tersebut bisa mengetahui kepuasan atau tidak puasan konsumen yang telah membeli barang tersebut sebelumnya, di *shopee* juga penilainnya juga berupa foto dan video dari konsumen sebelumnya jadi bisa tau keadaan barang tersebut sebelum membeli barangnya, yang ketiga jika barang yang ingin dibeli tidak ada di akun star seller plus atau yang sudah banyak yang dibeli oleh konsumen sebelumnya maka cara yang saya gunakan adalah

⁹³ Izzah Sholihah, Wawancara, Jember, 25 Juni 2021.

langsung menghubungi ke penjual disitu bisa bertanya langsung untuk lebih jelasnya barang yang dijual untuk menghindari ekspetasi yang tidak sesuai harapan yang bisa minta foto secara langsung barang yang dijual sebelum dikirim jadi semisal barang itu cocok apa tidak itu bisa dibatalkan atau tidak jadi seperti itu.

Dan keterangan diatas di perkuat oleh Mahasiswi IAIN Jember 2017 :⁹⁴

Wawancaranya : Dalam pembelian *online*, tentu dan bahkan pasti akan ada kemungkinan risiko, baik besar maupun kecil, misalnya ketidaksesuaian barang, kerusakan barang dan bahkan penipuan. Untuk meminimalisir risiko yang akan kita tanggung nantinya dalam melakukan pembelian *online* di *marketplace shopee*, saya biasanya melakukan berbagai langkah diantaranya:

- a. Menentukan atau identifikasi risiko dan dari jenis barang yang akan kita beli. Kita harus tahu kira-kira risiko apa saja yang akan terjadi ketika kita membeli barang itu. Misal Ketika saya membeli barang elektronik yang sifatnya itu mudah pecah atau rusak, untuk meminimalisir risikonya saya membutuhkan toko yang menyediakan penawaran khusus. Penawaran itu bisa kita lihat pada ada penjelasan yang ada di toko tersebut. Dianjurkan memilih toko yang menjelaskan secara detail barang-barang yang dijualnya. Karena ada sebagian tokoh yang tidak menjelaskan secara detail barang yang dijualnya sehingga konsumen bisa kurang mengetahui deskripsi barangnya dan menyebabkan risiko semakin besar. Penawaran khusus itu seperti garansi toko atau toko yang bersedia untuk dikembalikan barangnya ketika terjadi ketidaksesuaian, tentu ada syarat-syarat yang harus pembeli lakukan namun hal itu tidak menjadi masalah selagi toko tersebut memang benar-benar dapat bertanggungjawab atas barang yang dijualnya
- b. Selain melihat penyediaan garansi toko, langkah yang saya biasa lakukan yaitu melihat rating toko. Toko yang bisa dijadikan pertimbangan untuk membeli barang online yaitu yang memiliki rating di atas 4,5. Selain melihat rating toko dari pembeli sebelumnya saya juga melihat *review* yang diberikan dari konsumen sebelumnya. Pada *marketplace shopee* terdapat fitur berupa video maupun foto yang dapat *diupload* oleh konsumen sebagai *review* mereka setelah melakukan pembelian online. Dari situ biasanya saya melihat jika *reviewnya* bagus dan barangnya sesuai dengan deskripsi yang sudah dicantumkan oleh penjual maka hal itu dapat

⁹⁴ Intan Safitri, Wawancara, Jember, 22 Juni 2021.

mengurangi risiko dalam melakukan pembelian online dan toko tersebut pantas kita beli barangnya.

Selain melihat rating maupun reaksi dari konsumen sebelumnya biasanya juga dilakukan dengan melihat banyaknya pembeli di toko tersebut karena pastinya orang yang sudah percaya dengan toko itu maka dia akan kembali lagi untuk membeli di toko yang sama, nah berarti jumlah konsumen juga dapat menjadi pertimbangan untuk mengurangi risiko yang terjadi.

- c. Untuk mengurangi atau meminimalisir risiko ketika pembelian *online*, juga dapat dilakukan dengan memilih jasa pelayanan pengiriman yang dipercaya, seperti yang sudah saya contohkan tadi kita membeli barang yang risikonya cukup tinggi yaitu elektronik atau barang yang mudah pecah nah di *shopee* kita bisa memilih pelayanan pengiriman yang terpercaya dan memang biasanya berhati-hati dalam melakukan pengiriman sehingga ketika barang tersebut sampai ke tangan konsumen itu dapat selamat dan tidak cacat, tidak pecah maupun tidak terjadi kerusakan apapun.
- d. Lalu untuk menghindari risiko- risiko selanjutnya seperti penipuan, misal terjadi penipuan tidak dikirimnya barang maka saya biasanya menggunakan pembayaran COD yaitu pembayaran di tempat ketika kita sudah menerima barang. Hal ini dilakukan lebih-lebih ketika barang yang kita beli jumlahnya lumayan besar. Jadi ketika barang itu tidak sampai ke tangan kita maka kita tidak ada kerugian dalam masalah finansial karena kita belum mengirimkan dana sepeserpun sebelum barang kita sampai ke tangan.
- e. Sebagai konsumen tentunya inginnya mendapatkan harga murah namun kualitas tinggi dan tidak mengecewakan, ada cara yang dapat dilakukan yaitu dengan memilih barang yang terdapat diskon besar, biasanya barang yang terdapat diskon besar itu memang pada faktanya adalah barang yang memiliki kualitas tinggi sehingga ketika konsumen membeli akan mendapatkan barang dengan harga murah namun sesuai dengan apa yang diinginkan kan. Tentunya hal itu bisa meminimalisir terjadinya risiko kerugian yang nantinya dialami oleh konsumen. Tidak disarankan untuk memilih barang yang murah pada aslinya artinya barang itu murah tanpa diskon, karenabisa jadi barang yang murah tanpa diskon itu memang benar-benar barang yang tidak berkualitas sehingga menyebabkan pembeli atau konsumen akan kecewa dengan barang yang diterimanya.

Juga ada langkah yang bisa dapat dilakukan untuk mengurangi risiko ketika pembelian online. Yaitu selain dari rating toko, jumlah pengikut, jumlah pembeli, juga dapat dengan cara mencari

toko yang di dalamnya menyediakan berbagai pilihan seperti ukuran atau warna yang memang ditulis otomatis di dalam variasi, karena ada toko yang menulisnya itu ketika kita sudah checkout dengan menulis di deskripsi tentang jenis yang kita ingin beli, sedangkan hal itu lebih besar kemungkinan terjadi kesalahan pengiriman. Nah maka dari itu disarankan untuk memilih tokoh yang memang ada varian otomatisnya tersebut jadi hal tersebut bisa meminimalisir risiko kesalahan dalam pembelian online.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dalam strategi meminimalisir risiko waktu membeli produk pada *marketplace shopee* ada beberapa langkah untuk mengurangi terjadinya kesalahan yakni dengan melihat dulu ranting pada produk karena dengan melihat ranting dalam sebuah produk bisa mengetahui kualitasnya ini termasuk hal penting dalam melihat barang tersebut karena hal tersebut bisa digunakan untuk perbandingan atau bisa digunakan refrensi buat membeli produk itu bagus tidaknya tergantung ranting dalam produk tersebut, komentar dalam konsumen sebelumnya kenapa dalam hal ini komentar termasuk dalam mengurangi risiko pada pembelian barang karena bisa dilihat dalam pembelian sebelumnya disana bisa dinilai bagus tidaknya produk itu dan pengiriman dalam hal ini kualitas dalam produknya atau bisa dilihat dari deskripsinya dengan hal tersebut bisa memprediksikannya untuk mengurangi terjadinya kesalahan karena hal ini sangat penting dalam membeli produk. Adapun dalam pengirimannya Untuk mengurangi atau meminimalisir risiko ketika pembelian *online*, juga dapat dilakukan dengan memilih jasa pelayanan pengiriman yang dipercaya, seperti membeli barang yang resikonya cukup tinggi yaitu elektronik atau barang yang mudah pecah, di *shopee* kita bisa memilih pelayanan pengiriman yang terpercaya dan memang biasanya

berhati-hati dalam melakukan pengiriman sehingga ketika barang tersebut sampai ke tangan konsumen itu dapat selamat dan tidak cacat, tidak pecah maupun tidak terjadi kerusakan apapun.

B. Penyajian Data Dan Analisis

Penyajian data penelitian strategi minimalisasi risiko pada pembelian berbasis *online* melalui *marketplace shop*

Mahasiswa IAIN Jember diperoleh dengan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Untuk memperoleh data sebanyak mungkin hal-hal yang berkaitan dengan fokus penelitian. Sehubungan dengan ini peneliti mengeksplorasi dan mengumpulkan data guna memberikan porsi intensifikasi pada metode observasi dan wawancara agar mendapatkan data yang kualitatif dan berimbang maka dilanjutkan dengan metode dokumentasi.

Kemudian dengan berbagai metode yang telah dilakukan peneliti mulai dari data yang global sampai mengerucut akhirnya sampai pada finishing data. Adapun hasil yang diperoleh adalah tentang strategi minimalisasi risiko pada pembelian berbasis *online* melalui *marketplace shopee* Mahasiswa IAIN Jember.

Tabel 4.1
Matrik Hasil Temuan

NO	FOKUS PENELITIAN	HASIL TEMUAN
1.	Bagaimana Risiko Pembelian Berbasis <i>Online</i> Melalui <i>Marketplace Shopee</i> oleh Mahasiswi IAIN Jember?	Risiko Pembelian Berbasis <i>Online</i> Melalui <i>Marketplace Shopee</i> diantaranya adalah : 1.Risiko Pasar 2.Risiko finansial. 3.Risiko operasional
2.	Bagaimana Strategi Minimalisasi Risiko pada	Strategi Minimalisasi Risiko pada Pembelian Berbasis <i>Online</i> melalui

Pembelian Berbasis <i>Online</i> melalui <i>Marketplace Shopee</i> oleh Mahasiswi IAIN Jember?	<i>Marketplace Shopee</i> diantaranya adalah : 1) Identifikasi Risiko 2) Evaluasi dan Pengukuran Risiko 3) Pengelolaan risiko
--	--

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan penyajian data dan analisis yang telah dipaparkan, maka dilakukan pembahasan terhadap hasil temuan penelitian yang dikaitkan dengan teori-teori yang sudah dijelaskan serta disesuaikan dengan fokus penelitian. Perincian pembahasan hasil temuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Risiko Pembelian Berbasis *Online* Melalui *Marketplace Shopee*

Menurut Reni maralis,⁹⁵ Risiko adalah kejadian-kejadian yang potensi untuk terjadi yang mungkin dapat menimbulkan kerugian pada suatu perusahaan. Risiko timbul karena adanya unsur yang ketidakpastian dimasa mendatang, adanya, penyimpangan, terjadinya sesuatu yang tidak diharapkan, atau tidak terjadinya sesuatu yang diharapkan.

Adapun hasil temuan terkait dengan Risiko Pembelian Berbasis *Online* Melalui *Marketplace Shopee*

a. Risiko Pasar

Menurut IBI.⁹⁶ Risiko pasar adalah risiko perubahan harga pada posisi neraca dan rekening administratif termasuk transaksi derivatif, akibat perubahan secara keseluruhan dari kondisi pasar, termasuk risiko perubahan harga *option*. Risiko pasar adalah risiko yang disebabkan

⁹⁵ Reni maralis, “Manajemen Risiko(Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019).,4.

⁹⁶ IBI, Manajemen Risiko 1, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama).

oleh faktor-faktor yang secara bersamaan mempengaruhi harga saham di pasar modal. Risiko ini ada karena adanya perubahan ekonomi secara makro atau politik seperti kebijakan fiscal pemerintah, pergerakan tingkat suku bunga, nilai tukar mata uang, dan inflasi. Semua ini dapat menyebabkan reaksi pasar modal yang dapat dilihat dari indeks pasar.

Hasil temuan tersebut sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh informan, dalam hal ini awal mula untuk memesan karena informan pastinya pernah beli di *marketplace shopee* dalam hal ritel pakaian salah satunya kerudung. Puas tidaknya pembeli sebenarnya dari pesannya yang mana perlu diperhatikan atau dilihat dulu dari tokonya baik berupa kualitasnya maupun hasil penilaian dari beberapa pemesan lainnya, dan diaplikasi *shopee* sendiri sudah tertera beberapa penilaian konsumen sebelumnya. Hal ini bisa dijadikan tolak ukur dalam pembelian di toko yang di tuju karena kalau dengan semena-mena dalam pembelian tanpa melibatkan analisis nilai kualitas toko maka akan menyebabkan barang tidak sesuai dengan apa yang diminta.

Selain itu, temuan selanjutnya terkait resiko pembelian di *marketplace Shopee* dalam identifikasi resiko yakni menentukan barang yang dituju kualitasnya baik atau tidak dengan cara melihat rating penjualanya dan seberapa terkenalnya brand tersebut karena dalam hal ini berpengaruh penting dalam membeli produk tersebut

semakin bagus rating di toko tersebut semakin bagus pula dalam produk-produk yang dijualnya.

b. Risiko Finansial

Menurut Mohammad Lukmanul Hakim.⁹⁷ *Financial Risk* (risiko keuangan) adalah adanya kemungkinan dalam pembelian sebuah produk tidak akan memberikan nilai pada uang yang digunakan. Dalam literatur perilaku konsumen, hasil yang diinginkan dari keputusan pembelian produk perlu kepuasan, di mana hasil positif diharapkan meskipun terdapat ketidakpastian dalam proses pembelian itu.

Hasil temuan tersebut sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh informan, bahwasannya dalam risiko finansil dalam pembelian pada marketplace shopee ini dilihat dari kolom komentar konsumen yang telah memesan barang di toko, baik rating kecil ataupun yang tinggi. Pihak *shopee* memberikan fitur-fitur yang bisa mengajukan pengembalian dana ataupun barang jika penjual sudah menyetujui apa yang kita inginkan, semisal ganti barang atau uang karena tidak memuaskan pada produk yang diberikan kepada produsen. Adapun evaluasi dalam membeli produk di marketplace biasanya yang ditemui dari kalangan mahasiswi tersebut, untuk membeli produk sampai lebih dari satu kali karena pada waktu membeli yang pertama itu sebagai

⁹⁷ Mohammad Lukmanul Hakim, *Pengaruh Financial Risk dan Performance Risk Terhadap Switching Barrier Nasabah PT. BPRS Lantabur Tebuireng Mojokerto*, Universitas Sunan Ampel Surabaya, 2016,.

pengevaluasi dan tolak ukur risiko agar kedepannya tidak terjadi lagi dalam membeli di *marketplace shopee*.

Temuan ini juga selaras dengan teori menurut Mohammad Lukmanul Hakim. *Financial risk* juga didefinisikan sebagai kerugian finansial konsumen; karena salah alokasi investasi, ketidaksesuaian antar harga dengan produk yang diperoleh, ketidakbijaksanaan dalam membelanjakan barang, dan kemungkinan produk membutuhkan perbaikan atau penggantian. Termasuk juga konsumen kehilangan uangnya karena salah membeli. Ketika kehilangan atas uang itu sebagai pertimbangan penting, risiko finansial dikatakan tinggi.

c. Risiko Operasional

Menurut R.A. supriyono.⁹⁸ Risiko operasional adalah risiko kerugian yang mungkin timbul sebagai akibat dari ketidakcukupan atau kegagalan proses internal, manusia, sistem, atau peristiwa-peristiwa dari eksternal. Bank Indonesia (2003) mendefinisikan risiko operasional sebagai berikut: risiko operasional adalah risiko yang antara lain disebabkan ketidakcukupan dan/atau tidak berfungsinya proses internal, kesalahan manusia, kegagalan sistem, atau adanya problem eksternal yang memengaruhi operasional bank.

Hasil temuan tersebut sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh informan, ada beberapa temuan yang mana sering digunakan pada mahasiswi-mahasiswi terkait pengelolaan risiko operasional

⁹⁸ R.A. supriyono., manajemen risiko(Yogyakarta : Gadjah Mada University press).

kebanyakan menggunakan penghindaran terhadap risiko tersebut karena menghindari risiko yang sering terjadi pada pembelian marketplace-marketplace pada umumnya seperti shopee karena dimarketplace itu sendiri sering terjadi adanya kecurangan dalam bentuk produk, maka dari itu sebelum mengatur atau mengelola risiko tersebut kebanyakan mahasiswi mengidentifikasi ritel, kualitas produk, ataupun jasa dalam pengiriman dipembelian produk tersebut. Maka dari itu dari para informan berpendapat bahwasanya dalam membeli produk pada marketplace shopee, sebelum melakukan checkout atau pembayaran disini informan melakukan identifikasi pada ritel tersebut dengan melihat rating barangnya, melihat komennya baik apa tidak kualitas pada produk dan melihat berapa yang terjual. Karena ini sangat berpengaruh dalam kualitas produk tersebut, termasuk penghindaran pada bagian pengelolaan risiko.

Temuan ini juga selaras dengan teori menurut R.A. supriyono.⁹⁹ Risiko operasional dapat menimbulkan kerugian keuangan secara langsung maupun tidak langsung dan kerugian potensial atau hilangnya kesempatan memperoleh keuntungan. Risiko operasional merupakan suatu istilah yang mempunyai berbagai arti dalam seluruh sektor perbankan dan industri jasa keuangan.

⁹⁹ R.A. supriyono., manajemen risiko(Yogyakarta : Gadjah Mada University press.

2. Strategi Minimalisasi Risiko pada Pembelian Berbasis *Online* melalui *Marketplace Shopee*

Menurut Reni Maralis.¹⁰⁰ Manajemen risiko adalah proses untuk mengidentifikasi *loss exposure* (potensi kerugian) yang dihadapi suatu perusahaan dan untuk memilih teknik yang tepat untuk memperlakukan *exposure* tersebut. Di masa lalu, manajer risiko biasanya mempertimbangkan *loss exposure* murni yang dihadapi perusahaan. Bagaimanapun, pembaharuan bentuk dari manajemen risiko menimbulkan risiko pertimbangan kepastian risiko spekulatif yang baik.

Menurut Soekarto.¹⁰¹ Manajemen risiko adalah konsep yang luas, meliputi seluruh teknik untuk memperlakukan *loss exposure* sebagai tambahan pada tambahan pada asuransi. Dalam hal ini, banyak manajer risiko termasuk dalam organisasi profesional yang dikenal sebagai *Risk and Insurance Management Society* (RIMS). RIMS mempromosikan prinsip-prinsip manajemen risiko dan membantu manajer risiko dalam penerapan dari teknik alternatif untuk memperlakukan *loss exposure*.

Adapun hasil temuan pada Strategi Minimalisasi Risiko pada Pembelian Berbasis *Online* melalui *Marketplace Shopee*.

a. Identifikasi Risiko

Menurut Mamduh M. Hanafi,¹⁰² identifikasi risiko dilakukan untuk mengidentifikasi risiko-risiko apa saja yang dihadapi oleh suatu organisasi. Banyak risiko yang dihadapi oleh suatu organisasi, mulai

¹⁰⁰ Reni maralis, “Manajemen Risiko(Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019).,4.

¹⁰¹ Soekarto, “Manajemen Risiko dan Asuransi (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017).

¹⁰² Mamduh M. Hanafi., Manajemen Risiko (Yogyakarta: UPP STIM YKPN).,10.

dari risiko penyelewengan oleh karyawan, risiko kejatuhan meteor atau komet, dan lainnya. Ada beberapa teknik untuk mengidentifikasi risiko, misal dengan menelusuri sumber risiko sampai terjadinya peristiwa yang tidak diinginkan. Secara umum langkah-langkah dalam identifikasi risiko adalah mengidentifikasi risiko dan mempelajari karakteristik risiko tersebut.

Hasil temuan tersebut sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh informan, dalam hal ini pihak konsumen harus mengetahui risiko pasar ritel yang terdapat pada *marketplace shopee*. Di dunia pasar onlineshop terdapat kecurangan ataupun permainan harga yang ada pada beberapa onlineshop terutama di *marketplace shopee*, dengan hal ini untuk menanggulangi terjadinya hal yang tidak diinginkan oleh konsumen. Oleh karena itu, strategi yang bisa dilakukan saat membeli barang di marketplace shopee yang pertama mencari toko yang memiliki banyak pembelinya karena toko yang banyak pembelinya pasti banyak penilaiannya juga dari penilaian tersebut bisa mengetahui kualitas bagus tidaknya barang, biasanya yang banyak pembelinya ada tanda star seller plus pada akun tersebut yang kedua bisa melihat penilain bintang minimal barang yang akan dibeli mendapat ranting atau penilaian bintang yang diberikan ke pembeli sekitar 4,8 dari penilain tersebut bisa mengetahui mengapa barang tersebut mendapatkan bintang 1, 2, 3, 4 atau 5 dari bintang tersebut bisa mengetahui kepuasan atau tidak puas konsumen yang telah membeli

barang tersebut sebelumnya, di shopee juga penilainnya juga berupa foto dan video dari konsumen sebelumnya jadi bisa tau keadaan barang tersebut sebelum membeli barangnya, yang ketiga jika barang yang ingin dibeli tidak ada di akun star seller plus atau yang sudah banyak yang dibeli oleh konsumen sebelumnya maka cara yang saya gunakan adalah langsung menghubungi ke penjual disitu bisa bertanya langsung untuk lebih jelasnya barang yang dijual untuk menghindari ekspetasi yang tidak sesuai harapan yang bisa minta foto secara langsung barang yang dijual sebelum dikirim jadi semisal barang itu cocok apa tidak itu bisa dibatalkan atau tidak jadi seperti itu, ini termasuk dalam suatu indentifikasi risiko pada strategi meminimalisir risiko pada pembelian di *marketplace shopee*.

Selain itu, temuan selanjutnya terkait resiko pembelian di *marketplace Shopee* dalam indentifikasi resiko yakni menentukan barang yang dituju kualitasnya baik atau tidak dengan cara melihat rating penjualanya dan seberapa terkenalnya brand tersebut karena dalam hal ini berpengaruh penting dalam membeli produk tersebut semakin bagus rating di toko tersebut semakin bagus pula dalam produk-produk yang dijualnya.

Temuan ini juga selaras dengan teori menurut Mamduh M. hanafi,¹⁰³ Risiko mempunyai sekuen dari sumber risiko sampai kemudian munculnya kerugian karena risiko tersebut. Setelah

¹⁰³ Mamduh M. Hanafi., Manajemen Risiko (Yogyakarta: UPP STIM YKPN), 10.

melakukan analisis sekuen semacam itu, kita bisa melakukan pencegahan munculnya kejadian yang tidak diinginkan dengan memfokuskan pada sekuen yang terjadi.

b. Evaluasi dan Pengukuran Risiko

Menurut Mamduh M. Hanafi,¹⁰⁴ Tujuan evaluasi risiko adalah untuk memahami karakteristik risiko dengan lebih baik. Jika kita memperoleh pemahaman yang lebih baik, maka risiko akan lebih mudah dikendalikan. Evaluasi yang lebih sistematis dilakukan untuk ‘mengukur’ risiko tersebut. Untuk risiko lain, evaluasi dan pengukuran yang berbeda bisa dilakukan. Risiko pasar bisa dievaluasi dengan menggunakan teknik risiko sudah cukup baik sehingga teknik pengukuran risiko tersebut sudah berkembang. Sehingga pemahaman kita terhadap risiko lain belum begitu baik sehingga teknik pengukuran risiko tersebut belum begitu berkembang.

Hasil temuan tersebut sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh informan, bahwasannya evaluasi dan pengukuran risiko dalam pembelian pada marketplace shopee ini dalam hal ini risiko finansial sangat berpengaruh terhadap suatu pembelian produk yang ada pada di *marketplace* pada umumnya termasuk *shopee* karena dengan adanya pembayaran yang sifatnya membeli pada produk tersebut hal ini juga pihak konsumen sebelum membeli harus mengidentifikasi suatu produk tersebut karena dengan cara mengidentifikasi pihak konsumen

¹⁰⁴ Mamduh M. Hanafi., Manajemen Risiko (Yogyakarta: UPP STIM YKPN), 11.

bisa mengetahui kualitas produk itu baik tidaknya sesuai tidak harga dengan kualitasnya dengan melihat pembeli pada sebelumnya dengan cara mengetahui rating yang diberikan kepada ritel tersebut didalam *marketplace shopee*. dilihat dari kolom komentar konsumen yang telah memesan barang di toko, baik rating kecil ataupun yang tinggi. Pihak *shopee* memberikan fitur-fitur yang bisa mengajukan pengembalian dana ataupun barang jika penjual sudah menyetujui apa yang kita inginkan, semisal ganti barang atau uang karena tidak memuaskan pada produk yang diberikan kepada produsen. Adapun evaluasi dalam membeli produk di marketplace biasanya yang ditemui dari kalangan mahasiswi tersebut, untuk membeli produk sampai lebih dari satu kali karena pada waktu membeli yang pertama itu sebagai pengevaluasi dan tolak ukur risiko agar kedepannya tidak terjadi lagi dalam membeli di *marketplace shopee*.

Temuan ini juga selaras dengan teori menurut Mamduh M. Hanafi.¹⁰⁵ Secara umum langkah-langkah dalam pengukuran risiko adalah pengukuran risiko tersebut, melihat seberapa besar dampak risiko tersebut terhadap kinerja perusahaan, dan menentukan prioritas risiko tersebut. Tahap mengukur risiko. Jika risiko bisa diukur, kita bisa melihat tinggi rendahnya risiko yang dihadapi oleh perusahaan. Kemudian bisa melihat dampak dari risiko tersebut terhadap kinerja perusahaan, sekaligus bisa melakukan prioritasasi risiko (risiko mana

¹⁰⁵ Mamduh M. Hanafi., Manajemen Risiko (Yogyakarta: UPP STIM YKPN), 10.

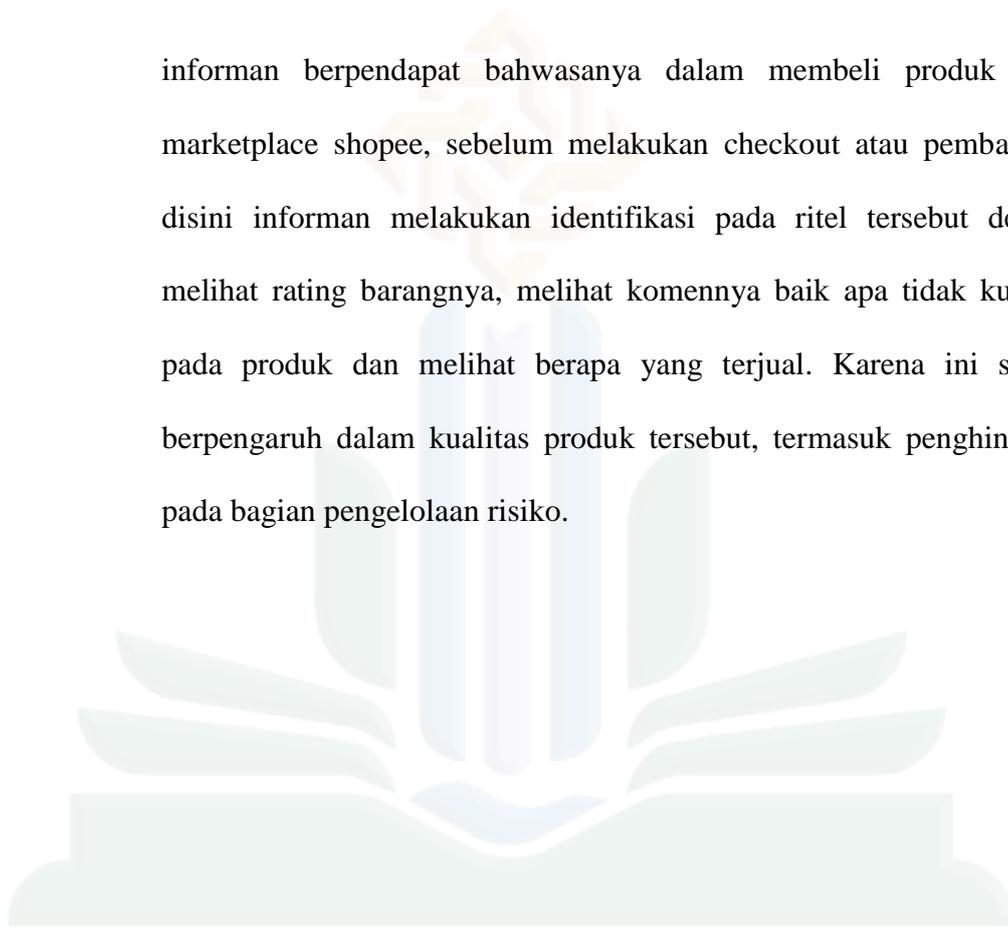
yang paling relevan). Pengukuran risiko biasanya dilakukan melalui kuantifikasi risiko. Kuantifikasi bisa dilakukan dengan metode yang sederhana sampai metode yang sangat kompleks. Pengukuran dan kualifikasi risiko akan sangat tergantung dari karakteristik risiko tersebut.

c. Pengelolaan Risiko

Menurut Muhammad M. Hanafi, Risiko harus dikelola, jika organisasi gagal untuk mengelola risiko, maka konsekuensi yang diterima bisa cukup serius, misal kerugian yang besar. Risiko bisa dikelola dengan berbagai cara, seperti penghindaran, ditahan (*retention*), diversifikasi, atau ditransfer ke pihak lainnya. Erat kaitannya dengan manajemen risiko adalah pengendalian risiko (*risk control*), dan pendanaan risiko (*risk financing*).

Hasil temuan tersebut sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh informan, ada beberapa temuan yang mana sering digunakan pada mahasiswa-mahasiswi terkait pengelolaan risiko kebanyakan menggunakan penghindaran terhadap risiko tersebut karena menghindari risiko yang sering terjadi pada pembelian marketplace-marketplace pada umumnya seperti Shopee karena di marketplace itu sendiri sering terjadi adanya kecurangan dalam bentuk produk, maka dari itu sebelum mengatur atau mengelola risiko tersebut kebanyakan mahasiswa mengidentifikasi ritel, kualitas produk, ataupun jasa dalam pengiriman dipembelian produk tersebut. Maka dari itu dari para

informan berpendapat bahwasanya dalam membeli produk pada marketplace shopee, sebelum melakukan checkout atau pembayaran disini informan melakukan identifikasi pada ritel tersebut dengan melihat rating barangnya, melihat komennya baik apa tidak kualitas pada produk dan melihat berapa yang terjual. Karena ini sangat berpengaruh dalam kualitas produk tersebut, termasuk penghindaran pada bagian pengelolaan risiko.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis di lapangan tentang “Strategi Minimalisasi Risiko Pembelian Berbasis *Online* Melalui *Marketplace Shopee* Oleh Mahasiswi Iain Jember” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Risiko pembelian berbasis *online* melalui *Marketplace Shopee* diantaranya adalah :

- a. Risiko Pasar, ada beberapa temuan yang mana sering digunakan pada mahasiswi-mahasiswi terkait pengelolaan risiko kebanyakan menggunakan penghindaran terhadap risiko tersebut karena menghindari risiko yang sering terjadi pada pembelian *marketplace-marketplace* pada umumnya seperti *shopee* karena *dimarketplace* itu sendiri sering terjadi adanya kecurangan dalam bentuk produk, maka dari itu sebelum mengatur atau mengelola risiko tersebut kebanyakan mahasiswi mengidentifikasi ritel, kualitas produk, ataupun jasa dalam pengiriman dipembelian produk tersebut. Maka dari itu dari para informan berpendapat bahwasanya dalam membeli produk pada *marketplace shopee*, sebelum melakukan *checkout* atau pembayaran disini informan melakukan identifikasi pada ritel tersebut dengan melihat rating barangnya, melihat komennya baik apa tidak kualitas pada produk dan melihat berapa yang terjual. Karena ini sangat berpengaruh dalam kualitas produk tersebut, termasuk penghindaran pada bagian pengelolaan risiko.

- b. Risiko Finansial, pembelian pada *marketplace shopee* ini dilihat dari kolom komentar konsumen yang telah memesan barang di toko, baik rating kecil ataupun yang tinggi. Pihak *shopee* memberikan fitur-fitur yang bisa mengajukan pengembalian dana ataupun barang jika penjual sudah menyetujui apa yang kita inginkan, semisal ganti barang atau uang karena tidak memuaskan pada produk yang diberikan kepada produsen. Adapun evaluasi dalam membeli produk di *marketplace* biasanya yang ditemui dari kalangan mahasiswi tersebut, untuk membeli produk sampai lebih dari satu kali karena pada waktu membeli yang pertama itu sebagai pengevaluasi dan tolak ukur risiko agar kedepannya tidak terjadi lagi dalam membeli di *marketplace shopee*.
- c. Risiko Operasional, terkait pengelolaan risiko kebanyakan menggunakan penghindaran terhadap risiko tersebut karena menghindari risiko yang sering terjadi pada pembelian *marketplace-marketplace* pada umumnya seperti *shopee* karena di *marketplace* itu sendiri sering terjadi adanya kecurangan dalam bentuk produk, maka dari itu sebelum mengatur atau mengelola risiko tersebut kebanyakan mahasiswi mengidentifikasi ritel, kualitas produk, ataupun jasa dalam pengiriman dipembelian produk tersebut. Maka dari itu dari para informan berpendapat bahwasanya dalam membeli produk pada *marketplace shopee*, sebelum melakukan checkout atau pembayaran disini informan melakukan identifikasi pada ritel tersebut dengan

melihat rating barangnya, melihat komennya baik apa tidak kualitas pada produk dan melihat berapa yang terjual. Karena ini sangat berpengaruh dalam kualitas produk tersebut, termasuk penghindaran pada bagian pengelolaan risiko.

2. Strategi minimalisasi risiko pada pembelian berbasis *online* melalui *Marketplace Shopee* diantaranya adalah :

- a. Identifikasi Risiko, Di dunia pasar onlineshop terdapat kecurangan ataupun permainan harga yang ada pada beberapa onlineshop terutama di *marketplace shopee*, dengan hal ini untuk menanggulangi terjadinya hal yang tidak diinginkan oleh konsumen.
- b. Evaluasi dan Pengukuran Risiko, risiko finansial sangat berpengaruh terhadap suatu pembelian produk yang ada pada di *marketplace* pada umumnya termasuk *shopee* karena dengan adanya pembayaran yang sifatnya membeli pada produk tersebut hal ini juga pihak konsumen sebelum membeli harus mengidentifikasi suatu produk tersebut karena dengan cara mengidentifikasi pihak konsumen bisa mengetahui kualitas produk itu baik tidaknya sesuai tidak harga dengan kualitasnya dengan melihat pembeli pada sebelumnya dengan cara mengetahui rating yang diberikan kepada ritel tersebut didalam *marketplace shopee*.
- c. Pengelolaan Risiko, mengenai pengelolaan risiko yang mana ini mencakup terjadinya kesalahan teknis ataupun suatu kecurangan yang ada pada ritel tersebut pada *marketplace shopee* termasuk pada

masalah risiko dalam jasa pengiriman seperti membeli barang yang risikonya cukup tinggi yaitu elektronik atau barang yang mudah pecah, di *shopee* bisa memilih pelayanan pengiriman yang terpercaya dan memang biasanya berhati-hati dalam melakukan pengiriman sehingga ketika barang tersebut sampai ke tangan konsumen itu dapat selamat dan tidak cacat, tidak pecah maupun tidak terjadi kerusakan apapun.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dari hasil penelitian yang peneliti lakukan di Institut Agama Islam Negeri Jember, maka peneliti dapat memberikan saran atau masukan kepada berbagai pihak yang terkait dengan hasil penelitian ini, sebagai berikut :

Bagi Mahasiswi IAIN Jember Angkatan 2017, diharapkan untuk terus waspada dalam membeli suatu produk pada marketplace manapun termasuk *shopee* agar untuk meminimalisir terjadinya kesalahan pada pembelian produk, dengan cara mengidentifikasi produk yang ada pada marketplace tersebut supaya tidak terjadi kesalahan yang tidak diinginkan oleh pihak konsumen ataupun mahasiswi IAIN Jember, dan mengevaluasi risiko yang sudah terjadi dampaknya dengan melihat komentar pada produk dan melihat foto-foto yang dikirim oleh para pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Buana, Gresna. 2016. “Pengaruh Risiko Pasar, Nilai Tukar, Suku Bunga Dan Volume Perdagangan Terhadap Return Saham (studi kasus pada perusahaan yang terdaftar dalam ibdeks LQ45)”, *Diponegoro Journal Of Management* 5 No. 2.
- Darmawan, Deni. 2011. *Teknologi Pembelajaran*. Bandung: ROSDA.
- Devi, Lenggang Kurnia Intan. 2019 “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shoppe. (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Surabaya)*”. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Eko. Bambang, Dkk. 2018. “Perindungan Konsumen Jasa Pengiriman Barang m dalam Hal Terjadi Keterlambatan Pengiriman barang”. *Jurnal Law Reform Program Studi Magister Ilmu Hukum* 14, Nomor 2: 1.
- Fitrah, Dkk. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Gifary, Sharen. 2015. “Intensitas Penggunaan Smartphone Terhadap Prilaku Komunikasi” *Jurnal Sosioteknologi* 14, No. 2:170.
- Hamirul. 2020. *Metode Penelitian dalam Kerangka Patologi Borakrasi*. Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Setih Setio Muara Bungo.
- Hanafi, Mamduh M. 2016. *Manajemen Risiko*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hasibi. Iqbal Qholid. 2020. *Literasi Media Dan Peradaban Masyarakat*, (Malang: Intrans Publishing. 101.
- <https://ajaib.co.id/daftar-marketplace-indonesia-2020-dengan-kunjungan-terbanyak/>. 08/01/2021 (23:45).
- IBI. 2015. “Manajemen Risiko 1”. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama).
- I made Dana, dkk., 2016., “Pengaruh Risiko Kredit Risiko Operasional dan Risiko Likuiditas Terhadap Probabilitas BPR di kota Denpasar”, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 3.
- Inggawati, Mega. 2018. “*Pengendalian Risiko Berbasis Kotak Penagihan Untuk Pembiayaan Murabahah Di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera (MBS) Cipta Menanggal Surabaya*”. UIN Sunan Ampel.
- Laksmi, Yosephien Rosiana Ayu. 2018. “*Analisis Pengendalian Internal dan Manajemen Risiko Sistem Penggajian (Studi Kasus Di Lembaga Studi*

Dan Lembaga Perempuan Dan Anak Yogyakarta)”. Universitas Sanata Dharma.

Lukmanul Hakim, Mohammad, 2016, *Pengaruh Financial Risk dan Performance Risk Terhadap Switching Barrier Nasabah PT. BPRS Lantabur Tebuireng Mojokerto*, Universitas Sunan Ampel Surabaya.

Maralis Reni, “Manajemen Risiko(Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019)

Maula, Zulfatul. “Hubungan Antara *Pschological Well-being* Dengan Kecendrungan Prilaku Konsumtif Pada Siswa Pengguna *Go-Pay* Yang Menggunakan *Promo Cashback* Di SMA Negeri 2 Semarang”. *Jurnal Empati* 8. No. 3: 9.

Mujiana, dkk. 2013. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online”. *J@TI Undip*, Vol VIII, No 3: 146.

Murtdlo, Ahmad Habib. 2019. “*Analisis Manajemen Risiko Operasional Pada Usaha Kue Dan Roti CV. Jaya Bakery Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada CV. Jaya Bakery Royal Bandar Lampung)*”. UIN Raden Intan Lampung.

Nova Yulinda BR. 2020. “*Kajian Hukum Pemberian Cashback Dalam Bentuk Poin Kepada Konsemen Atas Transaksi Daring Yang Mengandung Unsur Gharar*”. UM Sumatra Utara.

Politwika, 99 Langkah Sukses Berbisnis E-Commerce.

Prastowo, Andi. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz

Pratama, Bobby Esa. 2019. “*Pengaruh Kepercayaan Kualitas Informasi, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian do Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis)*”. UIN Suska Riau.

Purwasih, Kalih. 2019. “*Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2016-2018 IAIN Purwokerto)*”. IAIN Purwokerto.

R.A. supriyono. 2016. *manajemen risiko*. Yogyakarta : Gadjah Mada University press.

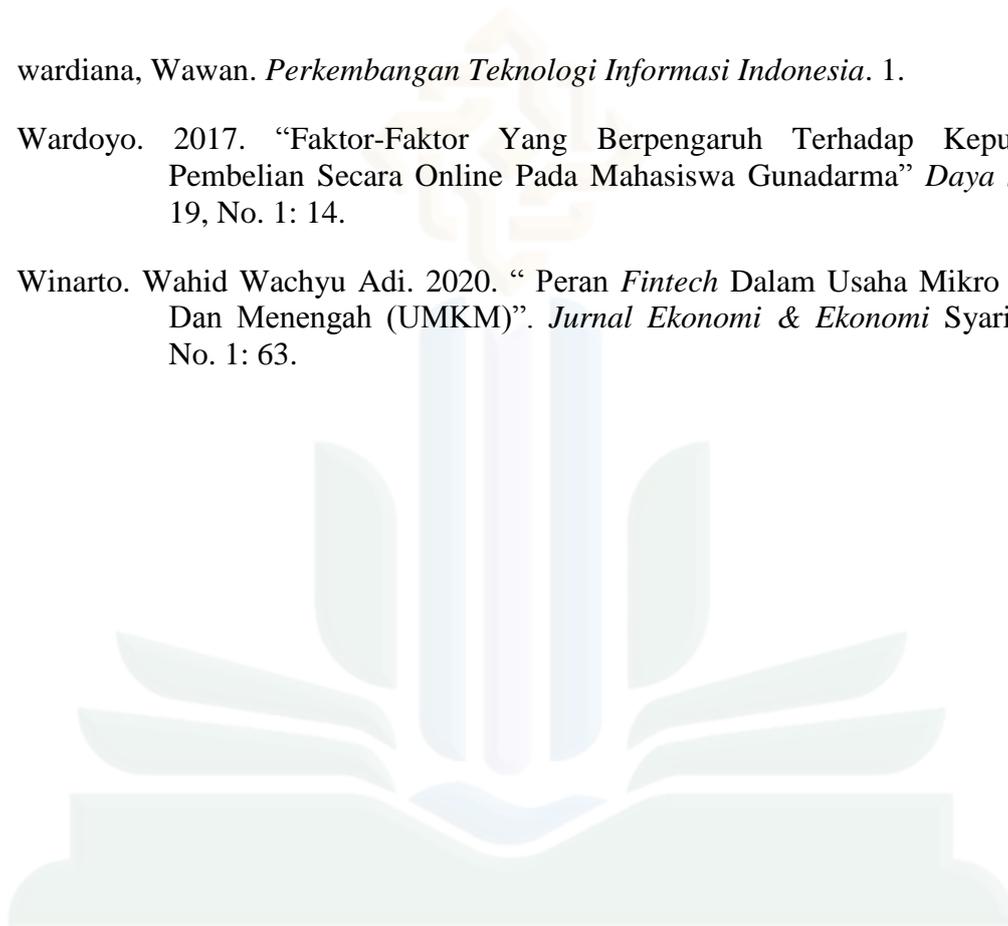
Rifqillah, Aldi. 2019. “*Manajemen Risiko Operasional ERM COSO (Study Di Bank Pembangunan Daerah DIY Syari'ah 2018)*”. UIN Kalijaga.

- Saidani, Basrah. 2019. "Analisis Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee." *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*,2,426.
- Servanda, Intan Ratu. 2019. "Peran Ulasan Produk Dan Fot Produk Yang Ditampilkan Penjual Pada Marketplace Shopee Terhadap Minat Beli Pria Dan Wanita" *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2, No. 2: 70.
- Shella, Gusti Karima. 2020. "Pengaruh Kepercayaan, Resiko Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Pekanbaru)". UIN Suska Riau.
- Soekarto. 2017. "Manajemen Risiko dan Asuransi (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka)
- Soputan, Gabby E. M. 2014. "Manajemen Risiko Kesehatan Dan Keselamatan Kerja (K3) (Study kasus Pada Pembangunan Gedung SMA Eben Haezer)" *Jurnal Ilmiah Media Engineering* 4, No. 4:230.
- Sugiyono. 2016 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Syaifudin, Muhammad. 2019. "Implementasi Pengendalian Risiko Pada Produk Asuransi Jasindo Oto Plus Di PT Asuransi Jasindo Syariah KP Surabaya Dalam Perspektif Pengendalian Risiko syariah". UIN Sunan Ampel.
- Tarjo. 2019. *Metode Penelitian Sistem 3x Baca*. Sleman: Deepublish.
- Tim penyusun. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Tohardi, Ahmad. 2019. *Buku Ajar Pengantar Metodologi Penelitian Sosial + Plus*. Pontianak: Tanjungpura University Press.
- Umaroh, Erlisa Hesti. 2020. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Flash Sale Shoppe Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya". UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Wafa, Ah Khoirul. 2020. "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap ShopeePay Latter", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4, No. 1:19.

wardiana, Wawan. *Perkembangan Teknologi Informasi Indonesia*. 1.

Wardoyo. 2017. “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Gunadarma” *Daya Saing* 19, No. 1: 14.

Winarto. Wahid Wachyu Adi. 2020. “ Peran *Fintech* Dalam Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)”. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 3, No. 1: 63.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PEDOMAN WAWANCARA

A. Wawancara dengan mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Jember.

1. Bagaimana Risiko Pembelian Berbasis *Online* Melalui *Marketplace Shopee* oleh Mahasiswi IAIN Jember?
2. Bagaimana Strategi Minimalisasi Risiko pada Pembelian Berbasis *Online* melalui *Marketplace Shopee* oleh Mahasiswi IAIN Jember?

PEDOMAN OBSERVASI

1. Letak geografis atau lokasi penelitian.
2. Aktifitas kegiatan transaksi pada *marketplace shopee*

PEDOMAN DOKUMENTASI

Foto-foto wawancara peneliti.

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Alfin Faridho Ychsan
Nim : E20172208
Jurusan / Program Studi : Ekonomi Islam / Ekonomi Syariah
Institusi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 04 November 1999
Alamat : Jl. Tanjung GG VIII, No. 04, RT. 8, Lingk
Anyarsari, Prumnas, Ds. Baler Bale Agung,
Kec. Negara, Kab. Jembrana, Prof. Bali.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Minimalisasi Risiko Pembelian Berbasis *Online* Melalui *MarketplaceShopee* Oleh Mahasiswa IAIN Jember” adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali bagian – bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila terdapat kesalahan didalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab kami.

Demikian pernyataan keaslian skripsi ini, dibuat dengan sebenar-benarnya.

Jember, 02 Juli 2021

Saya yang menyatakan,



MUHAMMAD ALFIN FARIDHO Y.
Nim. E20172208

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub variabel	Indikator	Sumber data	Metode	Perumusan Masalah
STRATEGI MINIMALISASI RISIKO PADA PEMBELIAN BERBASIS <i>ONLINE</i> MELALUI <i>MARKET PLACE SHOPEE</i> MAHASISWI IAIN JEMBER	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minimalisasi Risiko 2. Pembelian Berbasis <i>Online</i> 3. <i>Market Place Shopee</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifikasi Risiko 2. Evaluasi dan pengukuran Risiko 3. Pengolahan Risiko 1. Teknologi 2. Internet 1. <i>Cashback</i> 2. <i>ShopeePay</i> 3. Free Ongkir 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Risiko pasar 2) Risiko finansial 3) Risiko Operasional 4) Risiko perubahan Kurs 5) Risiko gugatan 6) Risiko Perubahan Harga Kurs 7) Risiko Teknologi 8) Risiko Kredit 9) Risiko likuiditas 10) Risiko Fundamental 1) Smartphone 1) Harga 2) <i>Fintech</i> 3) Pengiriman 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informan : Mahasiswi IAIN Jember Angkatan 2017. 2. Sumber data sekunder : buku-buku atau sumber yang relevan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan penelitian : kualitatif 2. Jenis penelitian : <i>Field Research</i> 3. Teknik pengumpulan data: <ol style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Teknik analisis deskriptif kualitatif : <ol style="list-style-type: none"> a. Reduksi data (<i>data reduction</i>) b. Penyajian data (<i>data display</i>) c. Penarikan kesimpulan (<i>verification</i>) 4. Uji keabsahan data : <ol style="list-style-type: none"> a. Triangulasi sumber/data. b. Triangulasi Tehnik. 	<p>A. Fokus Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana risiko pembelian berbasis <i>online</i> melalui <i>marketplace shopee</i> oleh mahasiswi IAIN Jember? 2. Bagaimana strategi minimalisasi risiko pada pembelian berbasis <i>online</i> melalui <i>marketplace shopee</i> oleh mahasiswi IAIN Jember?

**JURNAL PENELITIAN
MAHASISWI IAIN JEMBER ANGKATAN 2017**

No	Tanggal	Kegiatan	informan	Tanda tangan
1	15 juni 2021	Wawancara	Lina Fuadi	
2	16 juni 2021	Wawancara	Lulu' Afifah	
3	22 juni 2021	Wawancara	Intan Safitri	
4	25 juni 2021	Wawancara	Izzah Sholehah	



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DOKUMENTASI



(Wawancara dengan Lina Fuadi, Mahasiswi IAIN Jember Angkatan 2017)



(Wawancara dengan Lulu' Afifah, Mahasiswi IAIN Jember Angkatan 2017)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



(Wawancara dengan Intan Safitri, Mahasiswi IAIN Jember Angkatan 2017)



(Wawancara dengan Izzah Sholehah, Mahasiswi IAIN Jember Angkatan 2017)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BIODATA PENULIS



A. Biodata Pribadi

Nama : Muhammad Alfin Faridho Ychsan
Nim : E20172208
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 04 Agustus 1999
Alamat : Jl. Tanjung GG VIII, No. 04, Lingk Anyarsari,
Prumnas, Ds. Baler Bale Agung, Kec. Negara, Kab.
Jembrana
JenisKelamin : Laki- Laki
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Kewarganegaraan : WNI
No. Hp : 085338192633
Email : alfinfaridho11@gmail. com

B. Riwayat Pendidikan

SDN 5 Baler Bale Agung : 2005 – 2011
SMP FIRDAUS : 2011 – 2014
SMA FIRDAUS : 2014 – 2017
Institut Agama Islam Negeri Jember : 2017 – 2021

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER