
**PENTINGNYA ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM BELANJA ONLINE PADA
APLIKASI SHOPEE**

Sri Kartika Dewi¹, Nuri Aslami²
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
srikartikadewi25@gmail.com, nuriaslami@uinsu.ac.id

Received: 01-02-2022
Revised : 10-02-2022
Accepted: 15-02-2022

Abstrak

Latar Belakang: Perkembangan teknologi informasi memberikan dampak positif serta memberikan kemudahan kepada kita dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Dampak dari perkembangan teknologi informasi khususnya internet sangat terlihat jelas pada tumbuhnya berbagai usaha bisnis yang sangat bergantung pada kecanggihan teknologi internet atau lebih di kenal sebagai bisnis online.

Tujuan: Memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada konsumen dan penjual dalam bertransaksi jual beli.

Metode: Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dan observasi dan teknik analisis data bersifat kualitatif

Hasil: Shopee merupakan situs jual beli atau *market place online* yang khusus menyediakan transaksi jual beli. Sarana jual beli ini menyediakan banyak produk mulai dari gadget, fashion, kosmetik, elektronik, otomotif dan lain sebagainya. Shopee memudahkan para penjual serta pembeli dalam berinteraksi melalui fitur *live chat* nya. Adanya fitur *live chat* yang menjadikannya berbeda dengan perusahaan *e-commerce* lainnya. Lewat fitur *live chat* ini, pembeli bisa langsung berbicara dengan penjual untuk bisa nego barang yang hendak dibeli, sedangkan *market place* lain seperti Buka Lapak dan Tokopedia hanya bisa chat biasa saja dan itu pun tidak bisa 24 jam penuh.

Kesimpulan: Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif guna mengetahui bagaimana keputusan dalam belanja online pada aplikasi *shoppe* , yaitu keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dimulai jauh sebelum terjadinya kegiatan pembelian dan mempunyai kelanjutan yang panjang setelah pembelian dilakukan. Pemasar harus meneliti konsumen untuk mengetahui jenis masalah atau keinginan dan kebutuhan yang timbul, apa yang menyebabkan rasa kebutuhan itu dan bagaimana rasa kebutuhan itu mengarah pada objek tertentu.

Kata kunci : Etika; Tanggung Jawab; Keputusan Konsumen, Belanja Online; Shopee.

Abstract

Background: The development of information technology has a positive impact and provides convenience for us in various daily activities. The impact of the development of information technology, especially the internet, is very clearly visible in the growth of various business businesses that rely heavily on the sophistication of internet technology or better known as online business.

Purpose: To provide convenience and comfort for consumers and sellers in buying and selling transactions.

Methods: This research uses descriptive research with data collection methods through interviews and observations and qualitative data analysis techniques

Result: Shopee is a buying and selling site or online market place that specifically provides buying and selling transactions. This buying and selling facility provides many products ranging from gadgets, fashion, cosmetics, electronics, automotive and so on. Shopee makes it easy for sellers and buyers to interact through its live chat feature. There is a live chat feature that is different from other e-commerce companies. Through this live chat feature, buyers can directly talk to sellers to be able to negotiate the items they want to buy, while other marketplaces such as Buka and Tokopedia can only chat normally and that can't be done 24 hours a day.

Conclusion: Based on the results of research conducted by researchers using qualitative descriptive methods to find out how decisions in online shopping on the shoppe application, namely purchasing decisions made by consumers begin long before the purchase activity and continue after the purchase is made. Marketers must research consumers to find out what kinds of problems or wants and needs arise, what causes the feeling of need and how that sense of need leads to a particular object.

Keywords : Ethics; responsibility; Consumer Decisions, Online Shopping; Shopee.

*Correspondent Author : Sri Kartika Dewi
Email : srikartikadewi25@gmail.com



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi memberikan dampak positif serta memberikan kemudahan kepada kita dalam berbagai aktivitas sehari-hari, dimana penerapan teknologi internet sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas baik dalam pekerjaan, pendidikan, hiburan, serta kemudahan dalam mengakses informasi yang dibutuhkan, banyaknya pengguna *smartphone* sehingga pengguna internet lebih mudah melakukan berbagai hal di setiap harinya (Alia & Irwansyah, 2018). Dampak dari perkembangan teknologi informasi khususnya internet sangat terlihat jelas pada tumbuhnya berbagai usaha bisnis yang sangat bergantung pada kecanggihan teknologi internet atau lebih dikenal sebagai bisnis online, dimana para pelaku bisnis online tentunya sangat memanfaatkan kemajuan teknologi internet untuk menawarkan atau memasarkan produk maupun jasa kepada para konsumennya (Simarmata et al., 2020). Seperti yang kita lihat sekarang-sekarang ini masyarakat di Indonesia lebih tertarik belanja secara online daripada belanja secara konvensional karena belanja online lebih praktis serta sesuai dengan gaya hidup konsumen pada saat ini apalagi dimasa pandemi seperti ini belanja secara online lebih banyak diminati oleh konsumen

Minat konsumen dalam berbelanja secara *online* para pelaku usaha *online shop* perlu mempelajari serta memahami bagaimana perilaku konsumen (Wibowo, 2015). Pentingnya memahami perilaku konsumen juga tidak terlepas dari fakta lapangan yang menunjukkan bahwa masih banyak konsumen diluar sana yang enggan berbelanja secara online, meskipun penggunaan teknologi informasi dan penggunaan *smartphone* terus meningkat setiap harinya, ada beberapa orang yang memang lebih tertarik belanja secara langsung ketemu dengan penjual dan tawar menawar karena mungkin adanya ketidakpercayaan konsumen terhadap berbelanja secara online (Ridwan, 2018). Padahal kemajuan teknologi mempermudah konsumen dalam belanja online contohnya pada aplikasi Shopee.

Masyarakat di desa pematang johar bisa dikatakan dalam pangsa pasar yang mengikuti perkembangan zaman. Dimana minat berbelanja masyarakat di desa pematang johar relatif tinggi ditandai dengan bagaimana penampilan setiap harinya. Barang-barang yang dijual di pasar tradisional desa pematang johar kurang lengkap dan tidak mengikuti trend sehingga barang yang dijual terlihat seperti barang-barang zaman dahulu sehingga tidak bisa memenuhi gaya hidup, keinginan dan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu banyak masyarakat yang beralih ke belanja online, karena menurut mereka lebih mudah, keinginan dan kebutuhan mereka dapat terpenuhi karena banyaknya pilihan. Mayoritas masyarakat di desa pematang johar berbelanja online melalui aplikasi Shopee, disebabkan karena setiap harinya shopee selalu memberikan penawaran yang menarik bagi semua kalangan.

Ada beberapa masyarakat di desa Pematang Johar masih banyak yang kurang percaya dengan berbelanja online karena adanya kendala dalam berbagai aspek. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan beberapa masyarakat di desa Pematang Johar ibu Yuli dan saudari Dewi yang mengatakan bahwa barang yang dibeli secara online tidak sesuai dengan gambar dan kualitas yang ditawarkan, produknya mengecewakan, lambat nya proses pengambilan barang yang di pesan dan ada juga beberapa yang mengatakan bahwa berbelanja secara online dinilai lebih praktis.

Sebenarnya antara bisnis offline dan online sama-sama mempunyai sisi kekurangan dan kelebihan, namun seiring majunya teknologi bisnis daring (online) menjanjikan pangsa pasar yang jauh lebih luas dibandingkan dengan bisnis offline (Azizah, 2020). Mengingat pengguna internet setiap tahun mengalami perkembangan yang sangat pesat, maka ini adalah peluang yang dimanfaatkan dalam strategi bisnis online dimana sekarang ini banyak yang melakukan bisnis online dan banyak diminati oleh konsumen apalagi produk yang di pasarkan itu mengikuti trend (Nofriansyah et al.,

2020). Aplikasi Shopee menjadi salah satu yang digemari oleh masyarakat di desa Pematang Johar karena sistem belanja yang sangat mudah dan praktis.

Dimana niat beli konsumen secara online akan menghasilkan strategi bisnis dan keuntungan jangka panjang yang lebih baik bagi penjual online, yang selanjutnya berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang di pasar online. Shopee menghadirkan fitur-fitur andalan tersebut sebagai upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan menciptakan kepercayaan konsumen terhadap Shopee (Ivan, Roosdiyana, & Allyviantoro, 2021). Segala bentuk kemudahan, keamanan, serta fasilitas disediakan Shopee untuk memenuhi kebutuhan konsumennya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Dasar yang menjadi pertimbangan adalah Pertama, metode penelitian kualitatif lebih mudah disesuaikan dengan realitas yang sedang diteliti. Kedua, metode ini memberikan ruang bertemu langsung bagi peneliti untuk berinteraksi langsung dengan objek penelitian. Ketiga, metode ini lebih peka dan lebih bisa menyesuaikan pola-pola perkembangan nilai yang terjadi pada objek penelitian. Setelah itu, objek penelitian dijelaskan (dideskripsikan) sesuai dengan keadaan yang ada di lapangan (Anggito & Setiawan, 2018).

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diambil dari dua sumber yaitu observasi dan wawancara (Arikunto, 2010). Observasi dilakukan ditempat objek yang hendak akan diteliti yaitu masyarakat desa Pematang Johar. Sedangkan data sekunder di ambil dari studi keperpustakaan yang meliputi akses buku-buku yang relavan dengan topik penelitian di berbagai perpustakaan. Selain itu, pencarian hasil penelitian penelitian terdahulu dari berbagai jurnal yang mempunyai relevansi dengan topik penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Shopee merupakan situs jual beli atau *marketplace online* yang khusus menyediakan transaksi jual beli. Sarana jual beli ini menyediakan banyak produk mulai dari gadget, *fashion*, kosmetik, elektronik, otomotif dan lain sebagainya (Fauziah, 2020). Shopee memudahkan para penjual serta pembeli dalam berinteraksi melalui fitur live chatnya. Adanya fitur live chat yang menjadikannya berbeda dengan perusahaan *e-commerce* lainnya (Romindo et al., 2019). Lewat fitur *live chat* ini, pembeli bisa langsung berbicara dengan penjual untuk bisa nego barang yang hendak dibeli, sedangkan *marketplace* lain seperti Bukalapak dan Tokopedia hanya bisa chat biasa saja dan itu pun tidak bisa 24 jam penuh (Putra & Adam, 2020). Dengan semakin banyaknya kemudahan dalam transaksi Shopee, membuat antusias minat masyarakat untuk berbelanja di situs jual beli online Shopee semakin meningkat, sehingga tidak heran hampir setiap harinya situs Shopee dikunjungi oleh lebih dari 100.000 pengunjung dengan peningkatan nilai transaksi yang signifikan terutama terhadap momen-momen besar di Indonesia (Alfarizi, 2019). Trend positif ini membuat Shopee terpilih sebagai *e-commerce* favorit dari situs *marketplace* yang ada di Indonesia.

Masyarakat di desa Pematang Johar banyak menggunakan aplikasi Shopee sebagai sarana belanja online, dimana pada aplikasi Shopee sangat memudahkan konsumen dalam melakukan berbagai hal, pengiriman yang cepat serta sikap yang diberikan kepada kurir untuk konsumen membuat aplikasi shopee sebagai tempat favorit belanja online pada masyarakat di desa Pematang Johar.

Menurut penelitian yang di lakukan pada masyarakat di desa pematang johar bahwa etika dan tanggung jawab yang dilakukan pada keputusan konsumen dalam belanja online pada aplikasi Shopee itu sudah sangat baik, dimana masyarakat di desa Pematang Johar sudah melakukan etika yang baik dan benar pada saat belanja online pada aplikasi Shopee serta masyarakat di desa Pematang Johar sangat bertanggung jawab atas keputusan dalam belanja online di aplikasi Shopee, begitu juga dengan kurir yang megantarkan paket pada masyarakat di desa pematang johar sangat menerapkan etika yang baik pada saat pengantaran barang atau paket kepada para konsumennya. Dimana etika sendiri memberi manusia pegangan dalam menjalani kehidupan di dunia, etika dan tanggung jawab sendiri perlu di terapkan pada setiap diri seseorang.

Pada situs Shopee sendiri tidak semua reseller/penjual berlaku jujur dalam jual beli online, ada beberapa penjual yang tidak jujur sehingga merugikan pembeli. Dan ada juga penjual yang salah mengirimkan barangnya kepada pembeli (Wahyuni, 2019). Namun ketika pembeli mengajukan hak komplain (refund) kepada situs toko online tersebut, tidak semua reseller/penjual toko online mau merespon terhadap barang yang di komplain, dan ada juga yang menolak hak komplain terhadap pelanggan tersebut.

Sedangkan pada sistem shopee sendiri diperbolehkannya hak pengembalian pada barang (*refund*) apabila barang yang bersangkutan tidak sesuai dengan deskripsi (spesifikasi) yang ada pada toko online tersebut (reseller bersangkutan) (Wahyuni, 2019). Jika ditinjau etika bisnis Islam, manusia harus berani mempertanggung jawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia, bahkan yang paling penting adalah kelak di hadapan Allah SWT (Hardiyanto, 2020). Dalam perniagaan prinsip tanggung jawab sangatlah penting, prinsip ini merupakan modal utama bagi pelaku bisnis manakala diinginkan bisnisnya mendapat kepercayaan dari konsumen dan masyarakat luas (Alfarizi, 2019).

Etika dan tanggung jawab tidak hanya dilakukan oleh para konsumen, tetapi kepada para pelaku bisnis, karena ada beberapa tokoh terkadang yang tidak jujur dan tidak bertanggung jawab atas produk yang mereka jual atau yang mereka pasarkan (Sudarmanto et al., 2020). Informan tami mengatakan bahwa ;

"Barang yang terlihat di situs sangat menarik, dengan warna dan model yang sangat mengikuti trend, dan saya tergiur untuk membeli nya, setiba barang datang dan saya buka paket tersebut barang yang saya pesan sama sekali tidak sesuai dengan yang di gambar, ketika saya konflin kepada pihak tokoh mereka tidak merespon keluhan saya, berarti tidak ada tanggung jawab kepala pihak tokoh terhadap konsumen"

Dimana bentuk tanggung jawab dari pembeli kepada penjual yaitu dengan menyelesaikan transaksi pembelian dengan baik, para informan selalu menyelesaikan transaksi pembelian yang telah mereka buat dengan cara membayar pesanan yang tidak melebihi waktu yang telah di tentukan oleh pihak shopee. Tanggung jawab dilakukan oleh para konsumen dalam keputusan belanja online seperti bertanggung jawab atas barang yang telah di beli, serta tanggung jawab ketika barang yang di beli tidak sesuai dengan yang di gambar, baik itu warna maupun modelnya. Begitu juga bentuk tanggung jawab dari penjual kepada pembeli yaitu dengan cara jujur ketika memasarkan produk nya, tidak terlalu berlebihan pada saat mengupload barang atau produk ke situs web, dimana penjual harus menjelaskan secara detail kondisi barang tersebut kepada para konsumen agar tidak ada kekecewaan ketika konsumen membeli produk tersebut.

Tanggung jawab sendiri tidak hanya dilakukan oleh pembeli, tanggung jawab juga harus dilakukan oleh penjual, jika terdapat kesalahan pengiriman atau barang yang diterima oleh pembeli mengalami kerusakan, pembeli dapat mengajukan permintaan pengembalian dana atau mengajukan retur dan penjual akan mengirimkan kembali barang yang sesuai dengan pesanan pembeli (Kusumawardani, 2022). Hal tersebut merupakan bentuk tanggung jawab yang diberikan oleh penjual kepada pembeli, sehingga dalam transaksi jual beli tidak ada pihak yang dirugikan.

Informan nunung mengatakan etika dalam keputusan dalam belanja online yaitu :

"sebelum saya memutuskan untuk belanja online yaitu sebaiknya membaca profil online shop tersebut sebelum bertransaksi lebih, dan meningkatkan awareness serta kepercayaan terhadap online shop itu sendiri"

Sedangkan informan Lili mengatakan, etika dalam keputusan belanja online yaitu

"Siap membeli barang artinya siap dengan keuangan untuk membayar, dalam bisnis dan transaksi online tidak mengenal alasan: "nanti bayarnya kalo saya sudah punya uang yah" atau "nanti kalau sudah gajian saya bayar yah" atau "nanti kalau sudah dapat ijin ortu/suami saya bayar yah" atau "nanti kalo barang sudah saya terima pasti akan saya bayar" (ini sih pengalaman pribadi saya). Hmmmm....hal beginian sangat menyebalkan. Kenapa juga gak beli ke toko langsung aja saat keuangan sudah cukup, bukan malah bertransaksi online"

Hal tersebut juga di ungkapkan kepada informan Nina,

"Jangan iseng, Sebelum membeli sesuatu sebaiknya dibaca dan dilihat dengan seksama, jangan terlena dengan napsu pribadi dan ajakan penjual yang akhirnya kadang pembeli merasa terbujuk rayuan karena kurangnya awareness (salah sendiri sih)"

Demikian juga yang dikatakan oleh informan Nindi

"Sebaiknya sudah memiliki rekening online (paypal,creditcard) maupun internet banking (pilih salah satu yang sesuai) kalo ingin bertransaksi online maupun hanya sekedar berbelanja online sekali-kali"

Dimana etika dalam belanja online itu memang harus diterapkan kepada diri konsumen, dan informan reni mengatakan ;

"Mengabari penjual jika barang sudah diterima maupun barang tidak diterima tidak sesuai dengan deal maupun tengat waktu dari ekspedisi, secepat mungkin. Karena kalau menghubunginya terlalu lama bisa jadi udah out of the deal dan mengurusnya lebih ribet karena tertumpuk urusan lain, serta Mempersiapkan diri, hati, emosi dan pikiran jikalau barang yang diterima tidak seperti expectasi kita sendiri"

Penjual dan pembeli yang sedang bertransaksi online harus bisa berkomunikasi dengan baik agar tidak terjadi missunderstanding (Gustina, 2018). Bangunlah chemistry dengan online shop tersebut, jika hati tidak sreg karena hal-hal yang kadang tidak perlu ada alasannya sebaiknya hentikan untuk bertransaksi lebih, bisnis harus selalu berjalan dengan baik meski pembelinya teman dekat sendiri (Ikhs, 2011). Karena kadang kita sama-sama lengah jikalau penjual/pembelinya adalah teman dekat sendiri yang sudah kenal sebelumnya. Tetap tegakkan prosedur dalam bertransaksi, jangan sampai saling merugikan. Kalau tidak peduli dengan penghakiman di dunia, percayalah penghakiman diakhirat jauh lebih adil. Allah selalu bersama orang-orang jujur, yuk saling interopeksi dan saling mengingatkan teman yang mungkin belum tahu etika dalam berbelanja online.

Dan Tanggung jawab pembeli disini adalah membayar harga yang sudah disepakati dengan penjual sesuai dengan jenis dan harga barang. Pembeli juga harus mengisi identitas yang benar dalam formulir pembelian barang. Dengan identitas yang jelas , memudahkan pembeli dalam mendapatkan perlindungan konsumen. Tanggung jawab terhadap keputusan konsumen dalam belanja online juga dikatakan oleh informan Marli *"dia mengatakan saya bertanggung jawab atas barang yang sudah saya terima, walaupun kadang barang tidak sesuai dengan ekspektasi saya"*

Informan Laila juga mengatakan :

"saya selalu bertanggung jawab atas barang yang sudah saya beli, mau itu barang tidak sesuai dengan gambar, saya pasti bertanggung jawab dan tidak mau konflen kepada penjual, karena saya sadar harga yang saya beli sesuai dengan bayang yang datang"

Informan Alya juga mengatakan

" bertanggung jawab atas keputusan dalam belanja online itu sudah kewajiban bagi para konsumen, dimana kita harus siap dengan segala konsekuensi barang yang kita pesan, jika barang datang kebesaran atau kekecilan atau warna yang tidak sesuai dengan gambar, itu sudah menjadi wajib tanggung jawab bagi para konsumen.

Dimana Tanggung jawab pihak penyedia aplikasi jual beli online atas kesalahan yang mengakibatkan kerugian terhadap pengguna aplikasi jual beli online yaitu pihak penyedia aplikasi bertanggung jawab memberikan informasi yang benar, informasi tersebut berupa informasi mengenai cara penggunaan layanan aplikasi jual beli online dan informasi mengenai produk atau barang dipaparkan atau dijual dalam aplikasi jual beli online. Dimana etika dan tanggung jawab dalam keputusan dalam belanja online pada aplikasi shopee itu wajib di tanamkan pada diri konsumen maupun penjual, agar tidak sama sama dirugikan antar pihak pembeli dan penjual, perlunya kejujuran dalam memasarkan produk kepada konsumen, terbuka dalam memasarkan produk kepada para konsumen agar tidak ada kekecewaan dalam belanja online pada aplikasi shopee.

KESIMPULAN

Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dimulai jauh sebelum terjadinya kegiatan pembelian dan mempunyai kelanjutan yang panjang setelah pembelian dilakukan. Pemasar harus meneliti konsumen untuk mengetahui jenis masalah atau keinginan dan kebutuhan yang timbul, apa yang menyebabkan rasa kebutuhan itu dan bagaimana rasa kebutuhan itu mengarah pada obyek tertentu. Masyarakat di desa pematang johan mengetahui bahwa etika dan tanggung jawab yang dilakukan pada keputusan konsumen dalam belanja online pada aplikasi shopee itu sudah sangat baik, dimana masyarakat di desa pematang johan sudah melakukan etika yang baik dan benar pada saat belanja online pada aplikasi shopee serta masyarakat di desa pematang johan sangat bertanggung jawab atas keputusan dalam belanja online di aplikasi shopee, begitu juga dengan kurir yang mengantarkan paket pada masyarakat di desa pematang johan sangat menerapkan etika yang baik pada saat pengantaran barang atau paket kepada para konsumennya. Dimana etika sendiri memberi manusia pegangan dalam menjalani kehidupan di dunia, etika dan tanggung jawab sendiri perlu di terapkan pada setiap diri seseorang.

REFERENSI

- Alfarizi, Irfan. (2019). *Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam*. IAIN BENGKULU.
- Alia, Tesa, & Irwansyah, Irwansyah. (2018). Pendampingan orang tua pada anak usia dini dalam penggunaan teknologi digital [parent mentoring of young children in the use of digital technology]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 14(1), 65–78.
- Anggito, Albi, & Setiawan, Johan. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Metode peneltian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azizah, Mabarroh. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee. *Humani (Hukum Dan Masyarakat Madani)*, 10(1), 83–96.
- Fauziah, Fauziah. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop “Shopee” Dalam Meningkatkan Penjualan. *Abiwar: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 45–53.
- Gustina, Mulya. (2018). *Tinjauan hukum Islam terhadap jual beli emas online melalui media Bukaemas di Bukalapak*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Hardiyanto, Feri. (2020). Analisis marketing Syariah dalam menghadapi covid 19 (studi kasus ARPI hijab Kuningan). *Jurnal Syntax Admiration*, 1(1), 23–32.
- Ikhs, A. Khoerussalim. (2011). *BISNIS KOK MIKIR! RAIH ASA SUKSES*.
- Ivan, Muhammad, Roosdiyana, Shabila Tri, & Allyviantoro, Viqhyh. (2021). ANALISIS FITUR NEW NORMAL SEBAGAI DISPLAY SHOPEE DALAM MEMBENTUK

- POLA KONSUMSI PADA MASA COVID-19. *JURNAL LENTERA: Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi*, 20(01), 75–85.
- Kusumawardani, Meilina Kusumawardani. (2022). PERLINDUNGAN HUKUM PIHAK SHOPEE TERHADAP KONSUMEN YANG MENGALAMI KERUGIAN. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, 28(8), 4212–4227.
- Nofriansyah, Dicky, Jatiningrum, Citrawati, Siregar, Muhammad Noor Hasan, Butarbutar, Novita, Abadi, Satria, Jamaludin, Jamaludin, Sudarso, Andriasan, Giap, Yo Ceng, Harmayani, Harmayani, & Hutahaeen, Jeperson. (2020). *Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha*. Yayasan Kita Menulis.
- Putra, Arfianda Pratama, & Adam, Muhammad. (2020). Pengaruh Shopping Enjoyment Terhadap Impulse Buying Dengan Product Browsing Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Shopee Online Shop Banda Aceh (Pada Mahasiswa Unsyiah). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(1), 52–61.
- Ridwan, Muhammad. (2018). *Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan)*". Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Romindo, Romindo, Muttaqin, Muttaqin, Saputra, Didin Hadi, Purba, Deddy Wahyudin, Iswahyudi, M., Banjarnahor, Astri Rumondang, Kusuma, Aditya Halim Perdana, Effendy, Faried, Sulaiman, Oris Krianto, & Simarmata, Janner. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Simarmata, Janner, Chaerul, Muhammad, Mukti, Retno Cahya, Purba, Deddy Wahyudin, Tamrin, Andi Febriana, Jamaludin, Jamaludin, Suhelayanti, Suhelayanti, Watrianthos, Ronal, Sahabuddin, Andi Arfan, & Meganingratna, Andi. (2020). *Teknologi Informasi: Aplikasi dan Penerapannya*. Yayasan Kita Menulis.
- Sudarmanto, Eko, Heriyani, Nofitri, Batubara, Hery Dia Anata, Prasetya, Agustian Budi, Fajrillah, Fajrillah, Purba, Bonaraja, Manullang, Sardjana Orba, Permadi, Lalu Adi, Tojiri, Moch Yusuf, & Dewi, Idah Kusuma. (2020). *Etika Bisnis*. Yayasan Kita Menulis.
- Wahyuni, Eka Sri. (2019). Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 186–203.
- Wibowo, Radetya Agung. (2015). Kesuksesan e-commerce (onlineShopping) melalui trust dan customer loyalty. *Ekonomi Bisnis*, 20(1), 8–15.



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).