

Survei Platform Penjualan Online (Studi pada Mahasiswa Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas)

Depi Sri Rahayu¹, Liza², Nopa Nur Patin³

¹IAI Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, e-mail: depisrhyuuuu@gmail.com

²IAI Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, e-mail: liizaaa384@gmail.com

³IAI Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, e-mail: novanurfatin7@gmail.com

Histori Naskah

Diserahkan:
26-06-2023

Direvisi:
20-09-2023

Diterima:
01-10-2023

ABSTRACT

Selling via online platforms has become an increasingly popular trend in recent years. This research aims to investigate the frequency and average of student sales on online sales platforms. The research method used is descriptive quantitative which is given to students from various faculties. The research results show that the majority of students are active in using online sales platforms. The majority of respondents reported that they regularly sell products through the platform. The frequency of sales varied, with most students reporting sales once a month or more. Additionally, the average income generated from online sales also varies, with some college students generating significant additional income through online sales platforms. This research provides valuable insight into college students' sales activities on online sales platforms. The results show significant potential in utilizing the platform as a source of additional income for students. The implication of this research is the importance of supporting and developing students' skills in selling online, as well as increasing awareness of the opportunities and challenges associated with selling via online platforms.

Keywords : Online Sales, Sales Platform, Students, Sales Frequency, Average Sales

ABSTRAK

Penjualan melalui platform online telah menjadi tren yang semakin populer dalam beberapa tahun terakhir. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi frekuensi dan rata-rata penjualan mahasiswa pada platform penjualan online. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif yang diberikan kepada mahasiswa dari berbagai Fakultas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa aktif dalam menggunakan platform penjualan online. Mayoritas responden melaporkan bahwa mereka menjual produk secara teratur melalui platform tersebut. Frekuensi penjualan bervariasi, dengan sebagian besar mahasiswa melaporkan penjualan sebulan sekali atau lebih. Selain itu, rata-rata pendapatan yang dihasilkan dari penjualan online juga bervariasi, dengan beberapa mahasiswa menghasilkan pendapatan tambahan yang signifikan melalui platform penjualan online. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang aktivitas penjualan mahasiswa pada platform penjualan online. Hasilnya menunjukkan potensi yang signifikan dalam memanfaatkan platform tersebut sebagai sumber pendapatan tambahan bagi mahasiswa. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya mendukung dan mengembangkan keterampilan mahasiswa dalam berjualan secara online, serta meningkatkan kesadaran tentang peluang dan tantangan yang terkait dengan penjualan melalui platform online.

Kata Kunci : Penjualan Online, Platform Penjualan, Mahasiswa, Frekuensi Penjualan, Rata-rata Penjualan

Corresponding Author : Depi Sri Rahayu, IAI Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, Jl. Raya Sejangkung Kawasan Pendidikan No. 126, Kecamatan Sambas, Kabupaten Sambas, Provinsi Kalimantan Barat, e-mail: depisrhyuuuu@gmail.com

PENDAHULUAN

Penjualan melalui platform online telah menjadi fenomena yang semakin populer dalam beberapa tahun terakhir. Platform-platform seperti *e-commerce* dan media sosial telah memberikan kesempatan bagi individu untuk menjual produk mereka secara online dengan mudah dan efisien. Di lingkungan perkuliahan, mahasiswa memiliki potensi besar untuk memanfaatkan platform penjualan online sebagai sumber pendapatan tambahan. Berdasarkan observasi awal, ternyata banyak mahasiswa yang memiliki aktifitas bisnis untuk memperoleh tambahan uang jajan melalui jualan online. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi frekuensi dan rata-rata penjualan mahasiswa Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas (IAIS) pada platform penjualan online. Pemilihan lokus penelitian disebabkan kampus IAIS Sambas merupakan salah satu kampus besar yang ada di Kabupaten Sambas.

Dalam konteks penjualan online, remaja merupakan kelompok yang memiliki segmen pasar yang potensial (Secapramana, 2017). Ini mendorong penelitian ini menarik untuk dilakukan. Remaja memiliki waktu dan fleksibilitas yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan pekerja penuh waktu, sehingga memungkinkan mereka untuk terlibat dalam kegiatan berjualan secara online. Selain itu, sebagai mahasiswa IAIS, mereka mungkin memiliki karakteristik dan preferensi yang unik yang dapat memengaruhi aktivitas penjualan mereka.

Meskipun telah ada beberapa penelitian tentang penjualan online dan perilaku konsumen di platform *e-commerce*, penelitian yang spesifik mengenai frekuensi dan rata-rata penjualan mahasiswa IAIS pada platform penjualan online masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan wawasan yang bernilai tentang sejauh mana mahasiswa IAIS terlibat dalam penjualan online, seberapa sering mereka menjual produk, dan seberapa besar pendapatan yang dihasilkan melalui aktivitas tersebut.

Dalam pendekatan penelitian ini, kami akan menggunakan wawancara sebagai metode pengumpulan data. Wawancara langsung dengan mahasiswa akan memungkinkan kami untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang pengalaman dan praktik penjualan mereka, serta tantangan dan peluang yang mereka hadapi dalam menjalankan bisnis online.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan pola dan tren dalam aktivitas penjualan mahasiswa IAIS pada platform penjualan online. Hasilnya dapat memberikan manfaat praktis, seperti panduan bagi mahasiswa yang ingin memanfaatkan platform penjualan online untuk mendapatkan pendapatan tambahan, serta memberikan wawasan bagi institusi pendidikan dalam mendukung pengembangan keterampilan kewirausahaan mahasiswa.

Penelitian ini memiliki nilai penting dalam mengisi kesenjangan pengetahuan yang ada dan memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang kegiatan penjualan mahasiswa IAIS pada platform penjualan online. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang praktik penjualan mahasiswa, dapat diidentifikasi peluang dan tantangan yang mungkin dihadapi oleh mahasiswa dalam memanfaatkan platform penjualan online sebagai sumber pendapatan tambahan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data. Sampel penelitian terdiri dari mahasiswa IAIS yang aktif melakukan penjualan produk melalui platform penjualan online. Wawancara dengan pertanyaan yang terkait dengan frekuensi penjualan, rata-rata pendapatan penjualan, jenis produk yang dijual, platform penjualan online yang digunakan, dan status bisnis (penuh waktu atau paruh waktu). Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif seperti perhitungan frekuensi, rata-rata, dan persentase.

Untuk mencari beberapa sampel dari populasi tersebut, peneliti menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin merupakan sebuah rumus untuk menghitung jumlah sampel minimal dalam jumlah populasi yang besar, sehingga digunakan untuk meneliti pada sebuah sampel dari populasi tersebut. Apabila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada di populasi. Hal seperti ini dikarenakan adanya keterbatasan dana atau biaya, tenaga dan waktu, oleh karena itu peneliti dapat memakai sampel yang diambil dari populasi yang benar-benar mewakili.

Dalam rumus Slovin, besaran atau ukuran sampel sangat tergantung dari besaran tingkat ketelitian atau toleransi kesalahan (*error tolerance*) yang diinginkan peneliti. Namun, dalam hal tingkat toleransi kesalahan pada penelitian adalah 5%, 10 % dan 15% (Nalendra, 2021). Ukuran sampel menurut Slovin ditentukan berdasarkan rumus berikut:

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

Dimana,

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : besaran tingkat ketelitian atau toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Dalam penelitian kali ini peneliti mengambil toleransi kesalahan sebesar 15% (0,15), sehingga perhitungan menggunakan rumus Slovin untuk mengambil sampel mahasiswa IAIS angkatan 2022 adalah sebagai berikut:

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

$$n = 336 / (1 + 336 (0,15)^2)$$

$$n = 336 / (8,56)$$

$$n = 39,2523364 \text{ dibulatkan menjadi } 40$$

Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan. Populasi adalah keseluruhan objek penelitian sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2022.

Tabel 1. Sebaran Populasi

Fakultas	Jumlah
Angkatan 2022	336
Tarbiyah	134
Febi	50
Syariah	63
Dakwah	51
Pasca Sarjana	30

Sumber data; (BIRO AUAK, 2023)

Jadi, jumlah orang yang dijadikan peneliti sebagai sampel adalah berjumlah 40 orang. Peneliti melakukan wawancara secara langsung terhadap 40 informan.

Tabel 2. Sebaran Sampel

Fakultas	Responden
Tarbiyah	16
FEBI	7
Syariah	8
Dakwah	6
Pasca Sarjana	4

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Jual Online

Bisnis online adalah suatu usaha yang dipasarkan melalui internet dengan berbagai macam cara sehingga dapat menghasilkan uang. Di dalam bisnis online banyak sekali kelebihanannya di bandingkan bisnis offline. Jualan online memiliki beberapa tahapan, seperti pemesanan, pembayaran, dan pengiriman produk (Permana, 2019). Untuk memulai bisnis jualan online, seseorang perlu membuat rencana bisnis, memilih produk yang akan dijual, mencari supplier, menentukan target pasar, memilih platform untuk menjual produk, dan mempromosikan bisnis. Bisnis jualan online memiliki beberapa keuntungan, seperti biaya operasional yang lebih rendah, strategi pemasaran yang lebih efektif, dan kemampuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Salah satu tujuan bisnis online adalah untuk mempermudah calon pebisnis yang ingin memulai usaha dari awal, namun masih memiliki keterbatasan modal (Rania, 2023). Dengan bisnis online ini, calon penjual cukup membuat website, media sosial, atau marketplace saja. Tanpa perlu membuka toko secara offline. Selain itu, bisnis online juga mempermudah pembeli untuk mendapatkan produk yang mereka butuhkan. Terutama dalam bertransaksi, yang mana kini mereka bisa menggunakan metode transaksi online (sesana digital).

B. Flatlorm Jual Online

Platform penjualan online adalah tempat di mana penjual dan pembeli dapat bertransaksi secara online. Berikut adalah beberapa platform penjualan online yang sering digunakan:

1. Bisnis Online di Website

Bisnis online ini mengandalkan website sebagai tempat berjualan selayaknya toko, tetapi secara online. Artinya, pengunjung bisa melihat informasi produk langsung dari website, melakukan transaksi, menghubungi penjual dan lain sebagainya. Bisnis online melalui website ini sangat digemari di kalangan pebisnis karena website memiliki keunggulan yang tidak dimiliki jenis bisnis online lain. Mulai dari branding yang lebih baik, pemasaran lebih luas, kebebasan desain, dan sebagainya (Populix, 2020).

2. Bisnis Online di Media Sosial

Mulanya media sosial sekadar digunakan sebagai sarana bersosialisasi, Akan tetapi, saat ini media sosial juga digunakan untuk bisnis online. Bisnis online di media sosial jadi begitu populer karena sangat mudah memulainya. Penjual bisa menggunakan akun pribadi yang sudah ada dan langsung berjualan. Tinggal pilih gambar produk terbaik, isi deskripsi singkat yang menarik, cantumkan harga, dan posting. Meski begitu, sangat disarankan untuk menggunakan akun bisnis karena tersedia fitur penunjang seperti melacak performa bisnis, melihat demografi pembeli dan lain sebagainya (Nurakhmawati et al., 2022). Jika ada calon pembeli yang tertarik, mereka cukup meninggalkan komentar atau mengirim pesan pribadi (direct message/DM). Oleh sebab itu, tidak mengherankan banyak yang menggunakan media sosial untuk berjualan produk rumahan atau buatan sendiri. Contoh jenis bisnis di media sosial yaitu bisnis fashion, kerajinan tangan, kosmetik, produk makanan dan lain sebagainya.

3. Bisnis Online di Marketplace

Marketplace merupakan platform yang menjadi perantara antara penjual dan pembeli bertransaksi online. Dengan kata lain, bisa juga disebut dengan pasar online, karena banyak penjual/toko yang menawarkan produk dan jasa di sana (Santoso, 2023). Beberapa contoh marketplace di Indonesia antara lain Tokopedia, shopee, Bukalapak dan Blibli. Memulai bisnis online di marketplace juga cukup populer karena mudah dan gratis. Anda cukup memilih marketplace mana yang akan digunakan, registrasi akun, pasang produk, dan tunggu pembeli

datang bertransaksi. Selain itu, bermacam-macam kategori produk juga disediakan di marketplace. Mulai dari produk fisik seperti baju, elektronik, makanan dan minuman, hingga produk jasa seperti travel agent dan wedding organizer.

Jika sudah menemukan barang yang cocok, konsumen akan melakukan pemesanan dan kemudian membayar transaksi tersebut. Kedua, pihak penjual akan melakukan verifikasi transaksi pembayaran dan melakukan proses pengiriman barang. Oleh karena ini, peran penjual sangat penting untuk membuat konsumen tidak merasa kesulitan dalam mencari barang yang dibutuhkan.

C. Hasil

Dalam kasus ini, peneliti ingin mengambil sampel dari mahasiswa IAIS angkatan 2022 dengan menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin adalah metode yang umum digunakan untuk menentukan ukuran sampel dalam survei atau penelitian. Dalam perhitungan tersebut, peneliti mengambil toleransi kesalahan sebesar 15% (0,15). Maka, peneliti menggantikan nilai N (jumlah total mahasiswa IAIS angkatan 2022) dengan 336. Hasil perhitungan tersebut adalah 39,2523364. Namun, karena ukuran sampel harus berupa bilangan bulat, peneliti membulatkannya menjadi angka 40. Oleh karena itu, untuk penelitian tersebut, peneliti membutuhkan sampel sebanyak 40 mahasiswa IAIS angkatan 2022 untuk mengambil kesimpulan yang dapat digunakan.

Tabel 3. Interval Pendapatan

Interval (dalam ribu rupiah)	Frekuensi
200-300	10
300-450	7
500-600	5
650-700	6
750-800	5
850-900	4
950-1.000	3

Tabel 4. Jenis barang yang dijual dan platform yang digunakan

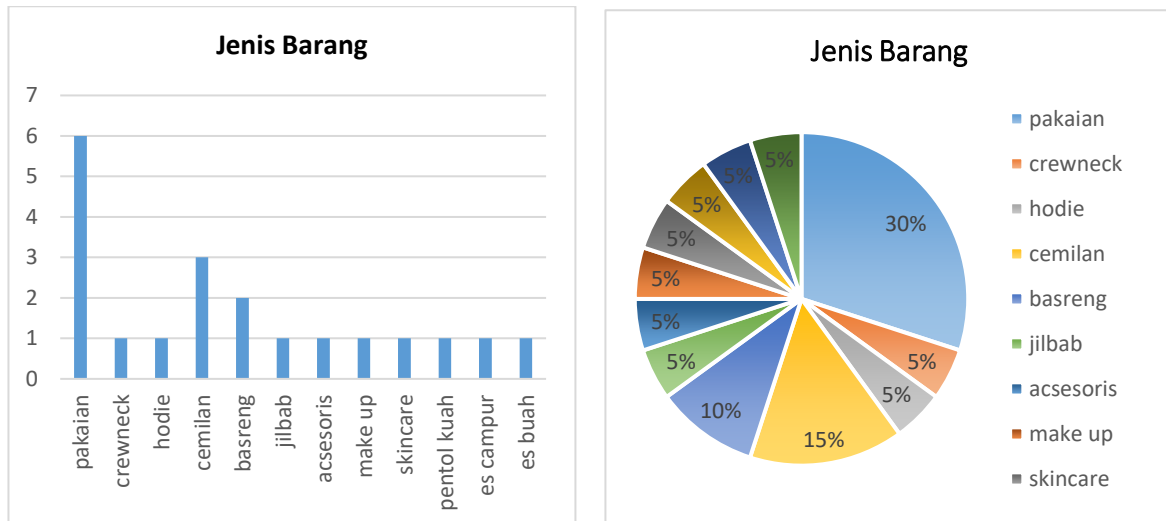
No.	Jenis barang	Platform	Estimasi
1	Pakaian	Facebook	Lama
2	Hoodie	Instagram	Cepat
3	Keripik	Wa	Cepat
4	Es Campur	Wa	Cepat
5	Pakaian	Facebook	Lama
6	Pakaian	Facebook	Lama
7	Pakaian	Facebook	Cepat
8	Pakaian	Facebook	Lama
9	Crewneck	Instagram	Cepat
10	Pakaian	Wa	Cepat
11	Make Up	Wa	Cepat
12	Acsesoris	Wa	Lama
13	Scincare	Wa	Cepat
14	Cemilan	Wa	Cepat
15	Cemilan	Facebook	Cepat
16	Cemilan	Facebook	Cepat
17	Pentol Kuah	Wa	Cepat
18	Basreng	Wa	Cepat
19	Basreng	Wa	Cepat
20	Es Buah	Wa	Cepat
21	Jilbab	Instagram	Cepat

Berdasarkan data yang di atas, terdapat beberapa hal yang dapat dikelompokkan data seperti:

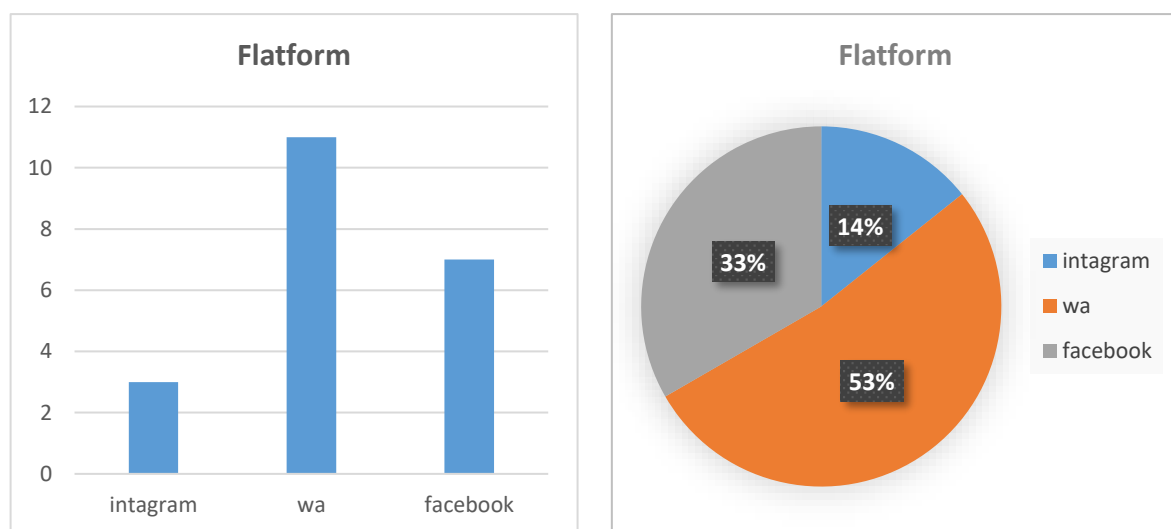
1. Jenis Barang yang Dijual: Terdapat berbagai jenis barang yang dijual, seperti pakaian, hoodie, keripik, es campur, crewneck, make up, aksesoris, skincare, cemilan, pentol kuah, basreng, es buah, dan jilbab.
2. Platform: Terdapat beberapa platform yang digunakan untuk penjualan, yaitu Facebook, Instagram, dan WhatsApp (wa).
3. Estimasi: Terdapat dua estimasi pengiriman yang digunakan, yaitu "Lama" dan "Cepat".

Pada umumnya, penjualan pakaian dilakukan melalui Facebook dengan estimasi pengiriman yang paling lama. Hoodie juga dijual melalui Instagram dengan estimasi pengiriman yang cepat. Jenis barang lainnya seperti keripik, es campur, crewneck, make up, aksesoris, skincare, cemilan, pentol kuah, basreng, es buah, dan jilbab umumnya dijual melalui WhatsApp dengan estimasi pengiriman yang cepat.

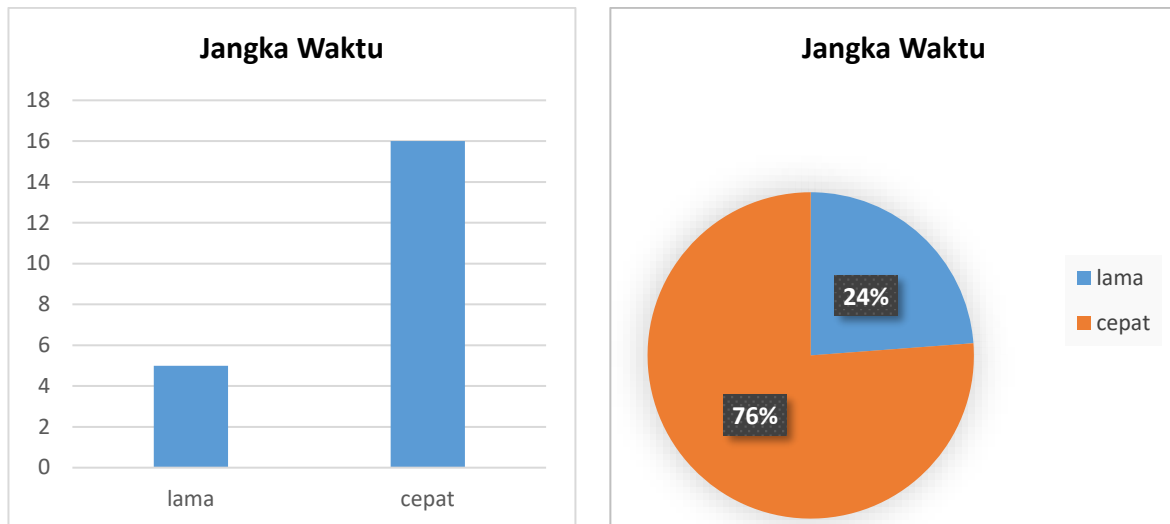
Dari kelompok-kelompok tersebut, kelompok "Pakaian" memiliki paling banyak item dengan total 4 item (Crewneck, Hoodie, Jilbab, Aksesoris).



Gambar 1. Grafik dan Diagram Frekuensi Penjualan Berbagai Jenis Barang



Gambar 2. Grafik Frekuensi Platform yang Digunakan



Gambar 3. Grafik jangka waktu pengiriman

Berdasarkan tabel diatas jumlah data yang kami dapat sebanyak 21 orang, nilai tertinggi nya 16 sedangkan nilai terendah 1, rangenya 15, dan adapula macam-macam model barang yang dijual ada 6 dan yang terakhir jangka waktu proses rata-rata adalah 10,5.

PENUTUP

Dari hasil miniriset di atas dapat disimpulkan bahwa kebanyakan dari mahasiswa IAIS berjualan pakaian. Hal tersebut disebabkan pakaian merupakan kebutuhan primer seseorang sehingga bisnis ini banyak diminati. Apalagi fashion sangat digemari oleh kalangan remaja. Adapun platform yang digunakan Sebagian besar menggunakan media whatsapp. Ini disebabkan platform ini praktis dipergunakan dan banyak penggunaanya. Adapun untuk jangka waktu pengiriman, konsumen lebih memilih jenis pengiriman cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Nalendra, A. R. A. (2021). *Statistika Dasar dengan SPSS*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
<https://repository.bsi.ac.id/repo/files/297173/download/Buku-Digital---STATISTIKA-SERI-DASAR-DENGAN-SPPS.pdf>
- Nurakhmawati, R., Purnamawati, A., & Fahmi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), Article 2.
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1881>
- Permana, A. A. J. (2019). USABILITY TESTING PADA WEBSITE E-COMMERCE MENGGUNAKAN METODE SYSTEM USABILITY SCALE (SUS) (STUDI KASUS: UMKMBULELENG.COM). *JST (Jurnal Sains Dan Teknologi)*, 8(2), Article 2. <https://doi.org/10.23887/jstundiksha.v8i2.22858>
- Populix. (2020, November 11). 5 E-commerce Indonesia Paling Banyak Dikunjungi Menurut Data | Populix. <https://info.populix.co/articles/ecommerce-indonesia/>
- Rania. (2023, February 6). Apa Itu Bisnis Online? Definisi hingga Cara Memulainya. <https://sasanadigital.com/apa-itu-bisnis-online/>
- Santoso, J. T. (2023, January 14). 3 Platform Yang Sering Digunakan Dalam Bisnis Online. <https://stekom.ac.id/artikel/3-platform-yang-sering-digunakan-dalam-bisnis-online>
- Secapramana, L. V. H. (2017). Perilaku Konsumtif Generation Y untuk Produk Fashion. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(3), Article 3.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (7th ed.). Alfabeta.