



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 10360-10367

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh *Voucher Diskon* Terhadap Daya Tarik Pembeli Di Aplikasi *E-Commerce*

D. Novia Adi Ningtias^{1✉}, A.A. Istri Indah Wulantari², Ni Gusti Ayu Ita Wulandari³, Desak Putu

Eka Nilakusmawati⁴

Universitas Udayana

Email: denoviaadiningtias@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Kemajuan digitalisasi di Indonesia memberikan dampak yang cukup besar aktivitas penjualan dan pembelian secara online melalui *platform e-commerce*. Pada riset penelitian yang kami teliti bertujuan untuk mengetahui aplikasi *e-commerce* yang sering dipakai di kalangan masyarakat. Selain itu, pengaruh voucher diskon pada aplikasi *e-commerce* terhadap daya tarik masyarakat untuk menggunakan aplikasi *e-commerce*. Riset ini menggunakan data primer. Metode pengumpulan data riset yang kami teliti menggunakan metode survei secara online melalui Googleform. Untuk metode analisis data yang digunakan adalah metode kuantitatif karena hasil dari kuisioner yang kami sebarakan akan memakai diagram. Kriteria usia yang kami gunakan berkisar antara usia 17-35 tahun di daerah Denpasar dan kami memperoleh jumlah responden sebanyak 167 responden. Hasil riset yang diperoleh menunjukkan tingkat minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi *e-commerce* dengan voucher diskon yang tersedia sangat berpengaruh secara signifikan. Pengaruh voucher diskon serta jenis voucher secara tidak langsung dapat mempengaruhi daya tarik masyarakat terhadap suatu aplikasi *e-commerce* tertentu.

Kata Kunci: *Voucher Diskon, Masyarakat, Aplikasi E-commerce*

Abstract

The advancement of digitalization in Indonesia has a considerable impact on online sales and purchase activities through e-commerce platforms. In the research we researched, we aimed to find out the e-commerce applications that are often used among the public. In addition, the effect of discount vouchers on e-commerce applications on people's attractiveness to use e-commerce applications. This research uses primary data. The research data collection method we examined used an online survey method through Googleform. The data analysis method used is a quantitative method because the results of the questionnaire that we distribute will use diagrams. The age criteria we used ranged from 17-35 years old in the Denpasar area and we obtained a total of 167 respondents. The results of the research obtained show that the level of public interest in using e-commerce applications with available discount vouchers is very significant. The influence of discount vouchers and types of vouchers can indirectly affect public attraction to a particular e-commerce application.

Keywords: *Discount Voucher, Community, E-commerce App*

PENDAHULUAN

Kemajuan digitalisasi di Indonesia memberikan dampak yang cukup besar dalam beberapa tahun terakhir dan dapat mendorong pembentukan ekosistem digital yang positif. Selain itu, dampak dari pandemi Covid-19 pada awal tahun 2020 juga telah meningkatkan penggunaan internet dan mempercepat penggunaan teknologi digital dalam kegiatan sehari-hari. Kemajuan teknologi digital tidak hanya melibatkan kehadiran perangkat komputer, jaringan internet, dan telepon seluler. Kemajuan ini juga melibatkan adanya inovasi perkembangan pada aspek ekonomi secara global. Inovasi yang diciptakan bertujuan untuk memudahkan kegiatan perekonomian masyarakat. Inovasi yang dikembangkan yaitu dalam bentuk aktivitas penjualan dan pembelian secara online melalui *platform e-commerce*. Banyak terdapat *platform e-commerce* yang menyebabkan tingginya tingkat pengguna internet Indonesia. Bisnis digital atau online mengalami perkembangan dari proses pembelian barang hingga pemesanan makanan sehingga masyarakat dapat memesan melalui berbagai aplikasi yang terdapat pada *handphone* mereka.

E-commerce merupakan kegiatan yang mencakup transaksi jual-beli barang dan jasa menggunakan sistem elektronik dengan memanfaatkan jaringan internet. Masyarakat banyak memanfaatkan perkembangan *e-commerce* dalam bentuk aplikasi *e-commerce*. Aplikasi *e-commerce* yang biasanya digunakan oleh masyarakat antara lain: Grab, Gojek, dan Shopee Food. Penggunaan aplikasi ini memudahkan dalam berbelanja makanan atau minuman untuk sehari-hari. Penggunaan aplikasi *e-commerce* memudahkan masyarakat dan aplikasi ini menawarkan adanya *voucher* diskon yang bisa digunakan. *Voucher* diskon

atau bisa disebut kupon diskon merupakan potongan harga yang dapat digunakan atau ditukarkan ketika membeli sesuatu (Belisa, 2018).

Setiap aplikasi *e-commerce* memiliki *voucher* diskon sebagai strategi untuk menjaga agar konsumen/pengguna tetap loyal dan tidak beralih pada pesaingnya. Adanya *voucher* diskon terbukti efisien dalam menarik minat belanja konsumen dan mendapatkan respons positif (Angelina, 2022). Minat belanja konsumen adalah bagian yang terpenting dari sikap konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk. Jika konsumen merasakan kepuasan saat melakukan pembelian produk tertentu, maka kemungkinan besar mereka akan memilih untuk berbelanja kembali. Saat konsumen mengambil keputusan pembelian, mereka akan mempertimbangkan berbagai faktor seperti ketersediaan *voucher* diskon dan promo lainnya untuk melakukan pembelian secara *online* (Razali, 2022).

Voucher diskon yang ditawarkan oleh setiap aplikasi dapat berbagai macam jenisnya, seperti contohnya memberikan potongan harga maupun gratis ongkos kirim. Pada beberapa aplikasi *e-commerce* biasanya *voucher* ini dapat diperoleh jika memenuhi syarat dan ketentuan yang ada. Adanya ketentuan ini membuat masyarakat/konsumen akan memilih aplikasi *e-commerce* yang dinilai lebih menguntungkan dan murah. Global Web Index melakukan survei dan diperoleh hasil yang membuat masyarakat memesan makanan secara online adalah gratis ongkos kirim sebesar 51%, potongan harga (diskon) sebesar 43%, pengiriman cepat sebesar 48%, dan kelengkapan produk sebesar 36% serta kemudahan dalam proses pemesanan sebesar 30% (Angeline et al., 2022).

Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh (Putri et al., 2024) yang berfokus hanya pada aplikasi *Shopee Food*. Pada penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh *voucher* diskon dan program gratis ongkos kirim terhadap minat beli ulang masyarakat. Maka dari itu, penelitian yang dikaji ini perlu dilakukan untuk mengetahui pengaruh *voucher* diskon yang ditawarkan pada aplikasi *e-commerce* dengan upaya meningkatkan minat belanja masyarakat dan mengetahui aplikasi *e-commerce* yang menjadi andalan bagi masyarakat untuk melakukan belanja secara online.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Objek Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dimana penelitian ini menggunakan angka-angka dalam memproses data untuk menghasilkan informasi yang terstruktur.

Objek penelitian yang diperlukan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di daerah Denpasar dengan rentang usia 17-30 tahun dan merupakan

pengguna aplikasi *e-commerce*.

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini menggunakan metode quota sampling dengan populasi sebanyak 167 responden. Sampel yang dipilih adalah masyarakat yang menggunakan aplikasi *e-commerce* yang bertempat tinggal di daerah Denpasar.

Skala Pengukuran

Skala yang penulis gunakan adalah jenis skala interval dan skala ordinal. Responden diminta memilih alternatif yang diberikan murni berdasarkan pilihan. Diperlukan juga skala interval di bagian awal guna mengklasifikasikan konsumen berdasarkan usia. Serta memerlukan skala ordinal di bagian akhir karena menanyakan sebuah pendapat konsumen mengenai suatu produk.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif karena hasil dari kuisisioner yang kami sebarkan akan memakai diagram sebagaimana yang ada pada metode kuantitatif. Pengumpulan data dalam riset kami tentunya akan kami lakukan secara ilmiah dan sistematis, kami melakukan survey dengan menyebarkan kuisisioner sebagai instrumen penelitian. Kuisisioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden, kuisisioner ini kami nilai merupakan suatu wadah yang efektif dan efisien untuk mengumpulkan data yang kami perlukan yang diukur secara numerik. Hasil numerik dari data yang didapatkan biasanya dikumpulkan melalui angket penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden penelitian ini memiliki kriteria berusia minimal 17 hingga 35 tahun yang menggunakan e-commerce dalam pembelian makanan. Jumlah responden sebanyak 167 orang dengan mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 77%. Rata usia responden berusia 17-22 tahun dengan persentase 83%. Memiliki pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa sebanyak 81% dan status responden belum menikah sebanyak 95%.

Data Hasil Kuisisioner

Berikut data-data penelitian yang menyangkut pertanyaan-pertanyaan yang diajukan setiap variabel dalam bentuk kuisisioner. Pertanyaan akan disajikan per-variabel dan per pertanyaan. Terdapat 14 pertanyaan mengenai variabel daya tarik diskon mempengaruhi penggunaan aplikasi e-commerce dalam pembelian makanan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada penjelasan berikut ini:

Tabel 1. Deskripsi Jawaban Responden Tentang Responden Mengetahui Adanya Voucher

| Diskon Di Aplikasi E-Commerce | | | |
|-------------------------------|---------------------|-----------|------------|
| No | Jawaban Responden | Frekuensi | Persentase |
| 1. | Sangat Tidak Setuju | 2 | 1% |
| 2. | Tidak Setuju | 4 | 2% |
| 3. | Netral | 29 | 17% |
| 4 | Setuju | 51 | 30% |
| 5 | Sangat setuju | 81 | 48% |
| Total | | 167 | 100% |

Berdasarkan tabel 1. di atas, responden sangat setuju bahwasannya mengetahui adanya voucher diskon pada aplikasi e-commerce Hal ini sesuai dengan jawaban 167 responden dimana jawaban mendominasi adalah jawaban sangat setuju sebanyak 81 responden persentase 48%. Hal ini berarti responden sangat sering dan setuju mengetahui diskon pada aplikasi e-commerce

Tabel 2. Deskripsi Jawaban Responden Tentang Responden Tertarik Terhadap Voucher

| Diskon Di Aplikasi E-Commerce | | | |
|-------------------------------|---------------------|-----------|------------|
| No | Jawaban Responden | Frekuensi | Persentase |
| 1. | Sangat Tidak Setuju | 2 | 1% |
| 2. | Tidak Setuju | 3 | 2% |
| 3. | Netral | 15 | 9% |
| 4 | Setuju | 39 | 23% |
| 5 | Sangat setuju | 108 | 65% |
| Total | | 167 | 100% |

Berdasarkan tabel 2. di atas, responden sangat setuju bahwasannya tertarik terhadap adanya voucher diskon pada aplikasi e-commerce Hal ini sesuai dengan jawaban 167 responden dimana jawaban mendominasi adalah jawaban sangat setuju sebanyak 108 responden persentase 65%. Hal ini berarti responden sangat sering dan setuju atas ketertarikannya diskon pada aplikasi e-commerce.

Tabel 3. Deskripsi Jawaban Responden Tentang Alasan Melakukan Pembelian Makanan Di

| Aplikasi E-Commerce Karena Voucher Diskon | | | |
|-------------------------------------------|---------------------|-----------|------------|
| No | Jawaban Responden | Frekuensi | Persentase |
| 1. | Sangat Tidak Setuju | 2 | 1% |
| 2. | Tidak Setuju | 7 | 5% |
| 3. | Netral | 21 | 16% |
| 4 | Setuju | 43 | 26% |
| 5 | Sangat setuju | 94 | 56% |

| | | |
|-------|-----|------|
| Total | 167 | 100% |
|-------|-----|------|

Berdasarkan tabel 3. di atas, responden sangat setuju bahwasannya alasan melakukan pembelian makanan di aplikasi e-commerce karena adanya voucher diskon yang menyenangkan responden. Hal ini sesuai dengan jawaban 167 responden dimana jawaban mendominasi adalah jawaban sangat setuju sebanyak 94 responden persentase 56%. Hal ini berarti responden membeli makanan di aplikasi e-commerce karena diskon.

Tabel 4. Deskripsi Jawaban Responden Tentang Voucher Diskon Yang Terdapat Pada Aplikasi E-Commerce Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Tersebut

| No | Jawaban Responden | Frekuensi | Persentase |
|-------|---------------------|-----------|------------|
| 1. | Sangat Tidak Setuju | 2 | 1% |
| 2. | Tidak Setuju | 3 | 2% |
| 3. | Netral | 20 | 11% |
| 4 | Setuju | 59 | 35% |
| 5 | Sangat setuju | 83 | 50% |
| Total | | 167 | 100% |

Berdasarkan tabel 4. di atas, responden sangat setuju bahwasannya voucher diskon mamengaruhi penggunaan aplikasi e-commerce tersebut. Hal ini sesuai dengan jawaban 167 responden dimana jawaban mendominasi adalah jawaban sangat setuju sebanyak 83 responden persentase 50%. Hal ini berarti diskon mempengaruhi minat penggunaan aplikasi tersebut.

Tabel 5. Deskripsi Jawaban Responden Tentang Penggunaan Aplikasi Memudahkan Pembelian Makanan

| No | Jawaban Responden | Frekuensi | Persentase |
|-------|---------------------|-----------|------------|
| 1. | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| 2. | Tidak Setuju | 5 | 3% |
| 3. | Netral | 14 | 8% |
| 4 | Setuju | 53 | 31% |
| 5 | Sangat setuju | 95 | 56% |
| Total | | 167 | 100% |

Berdasarkan tabel 5 di atas, responden sangat setuju bahwasannya penggunaan aplikasi memudahkan membeli makanan Hal ini sesuai dengan jawaban 167 responden dimana jawaban mendominasi adalah jawaban sangat setuju sebanyak 95 responden persentase 56%. Hal ini berarti diskon yang terdapat di aplikasi memudahkan membeli makanan.

Tabel 6. Deskripsi Jawaban Responden Tentang Aplikasi E-Commerce Dimanakah Anda

| Melakukan Pembelian Makanan | | | |
|-----------------------------|-------------------|-----------|------------|
| No | Jawaban Responden | Frekuensi | Persentase |
| 1. | Grab food | 78 | 47% |
| 2. | Go food | 40 | 24% |
| 3. | Shoope | 49 | 29% |
| | Total | 167 | 100% |

Berdasarkan tabel 6, dari 167 responden terdapat 78 responden yang memilih menggunakan aplikasi e-commerce grabfood saat melakukan pembelian makanan. Oleh karena itu, responden paling banyak menggunakan aplikasi grabfood saat melakukan pembelian makanan.

Pembahasan

Penelitian ini terdiri dari dua variable yaitu voucher diskon dan aplikasi e-commerce. Total responden dalam penelitian ini berjumlah 167 responden, untuk umur 17– 22 tahun sebanyak 138 responden, untuk umur 23 – 29 tahun sebanyak 24 responden dan untuk umur 30 – 35 tahun sebanyak 5 responden. Terdiri dari 38 responden laki – laki dan 129 responden perempuan. Sehingga dapat disimpulkan responden perempuan lebih banyak daripada responden laki - laki. Dari kuisisioner yang telah kami sebar sebagian besar dari kalangan mahasiswa sebanyak 136 responden, untuk kalangan PNS/TNI/Polri sebanyak 5 responden, untuk kalangan swasta sebanyak 14 responden, untuk kalangan wirausaha sebanyak 5 responden. Dari kuisisioner tersebut sebagian besar memiliki status belum menikah sebanyak 158 responden, dan untuk yang sudah menikah sebanyak 9 responden. Pada kuisisioner ini responden diberikan pertanyaan apakah responden menggunakan aplikasi e-commerce, diperoleh respon dari responden sebagian besar menggunakan aplikasi e-commerce yaitu sebanyak 134 responden. Sedangkan yang tidak menggunakan sebanyak 33 responden . Dari analisis yang kami lakukan diperoleh rata – rata responden yang setuju dengan pernyataan bahwa voucher diskon yang terdapat pada aplikasi e-commerce lebih diminati oleh masyarakat. Dari data diperoleh bahwa responden setuju hanya menggunakan aplikasi e-commerce saat terdapat voucher diskon. Sehingga dapat disimpulkan bahwa voucher diskon sangat mempengaruhi penggunaan aplikasi e-commerce. Pada kuisisioner yang telah kami sebar aplikasi e-commerce yang digunakan oleh responden sebagian besar menggunakan aplikasi Grabfood.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang kami lakukan sebagian besar responden setuju dengan pernyataan bahwa voucher diskon yang terdapat pada aplikasi e-commerce lebih diminati oleh masyarakat. Dari data diperoleh responden setuju hanya menggunakan aplikasi e-commerce saat terdapat voucher diskon. Sehingga dapat disimpulkan bahwa voucher diskon sangat mempengaruhi penggunaan aplikasi e-commerce. Pada kuisioner yang telah kami sebar aplikasi e-commerce yang digunakan oleh responden sebagian besar menggunakan aplikasi Grabfood.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelina, L., & Rumambi, F. J. (2022). Apakah Kepuasan Pelanggan Shopee Bergantung Pada Voucher Diskon Dan Gratis Ongkir? *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 08(02), 88–100. <http://journal.ibm.asmi.ac.id/index.php/JMBA/article/view/501>
- Baskara, I. . (n.d.). *Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (IMPULSE BUYING) (studi pada pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember)*.
- Karimi, A. N., Suparno, & S, A. (2020). Pengaruh Penjualan Dengan Aplikasi E Commerce Dalam Perspektif Islami. *Jurnal Ilmiah Eduscotech*, 1(2), 22–35. <https://doi.org/https://doi.org/10.XXXX/eduscotech.xxxx.xxx>
- Mahir, P. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis *E-commerce*. *Jurnal Neo-Bis*, 9(2), 32–40.
- Razali, G., Andamisari, D., & Saputra, J. (2022). Pengaruh Promosi Diskon Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 482–491. <https://doi.org/10.53866/jimi.v2i3.132>
- Resta, A., Akhmad, K. A., & Gunaningrat, R. (2023). Pengaruh Program Voucher Diskon dan Program Gratis Ongkos Kirim terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Shopee Food. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 759–771. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.4878>
- Shoffi'ul, A., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2019). Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian *E-commerce* Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 111–113. www.fe.unisma.ac.id
- Teresha, C., Fazri, A., & Musnaini. (2022). Pengaruh Diskon, Voucher, Dan Cashback Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Elektronik Shopeepay. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(1), 20–27.