

ONLINE SHOP SEBAGAI ALTERNATIF BERBELANJA MASYARAKAT KOTA MANADO

Oleh

Mohamad Rivai Oliy¹

Maria Heny Pratiknjo²

Jenny Nelly Matheosz³

ABSTRACT

The development of an online shop or online store through internet media is well known in Indonesia, and even well known by the general public, including the people of Manado. The many conveniences in shopping and the various types of products and services offered have made Manado people make online shops as an alternative shopping. This has made many Online Shop sellers offer their products in various ways to attract consumers to buy, they take advantage of the current pandemic where many people choose to shop from home.

Many people in the city of Manado prefer online shops as an alternative to shopping rather than shopping at stores, malls, or other shopping places. Apart from being due to covid-19, there are several other reasons such as being practical and not complicated, no need to dress up, no need to leave the house, and no need to face heat and traffic jams.

The purpose of this research is to find out how online shop as an alternative shopping for the people of Manado City. This study took data and an explanation of the Online Shop as an alternative to shopping for the people of Manado city in general. Informants were taken from various groups. The information that has been collected shows that many people in the city of Manado choose online shops as an alternative to shopping

Keywords: Online Shop, Online Shopping, Utilization of social media.

¹ Mahasiswa Antropologi Fispol Unsrat

² Pembimbing KTIS I

³ Pembimbing KTIS II

Pendahuluan

Penyedia layanan pembandingan harga produk *e-commerce*, *iPrice* merilis hasil studi mereka mengenai perilaku konsumen ketika berbelanja *online* di kawasan Asia Tenggara dengan fokus di Indonesia. Jumlah pengguna *smartphone* yang terus bertambah dari waktu ke waktu sejalan dengan peningkatan jumlah pengakses toko *online* dari *web* maupun aplikasi. *iPrice* menyebutkan rata-rata peningkatan kunjungan *mobile* di kawasan Asia Tenggara selama setahun terakhir telah mencapai angka sembilan belas persen. Sementara data sampel dari *e-commerce* di tanah air menunjukkan rata-rata sebesar 87 persen kunjungan berasal dari penggunaan *mobile*. Temuan tersebut semakin membuktikan bahwa pengguna perangkat *mobile* merupakan potensi yang cukup besar dalam meraup jumlah kunjungan yang lebih tinggi (Maulana, 2018).

Perubahan mendasar yang ikut mempengaruhi perilaku konsumen ikut dipicu dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin berkembang

dengan pesat memasuki abad ke-21. Perkembangan internet dalam dekade terakhir telah membawa perubahan yang radikal pada dunia perdagangan di berbagai jenis komoditas (Lin dan Sun, 2009). Konsumen saat ini dapat memilih untuk melakukan pembelian secara *online* atau *offline*. Kombinasi antara *brickandmortar* dan teknologi informasi menyebabkan konsumen dapat mencari informasi tentang produk di internet, namun melakukan pembelian produk di *brickandmortar stores*, tetapi juga ada konsumen yang melihat produk di toko berbangunan fisik, namun melakukan pembelian secara *online* (Seock dan Norton, 2007). *Brickandmortar* dianggap lebih nyata karena memiliki lokasi dan bangunan fisik yang dapat dikunjungi konsumen dan dapat memenuhi kebutuhan lima panca indera konsumen. Sedangkan toko *online* memiliki lokasi yang virtual, dipisahkan jarak, dan interaksi dilakukan dengan mesin

Saat ini sangat mudah untuk menemukan toko *online* yang menawarkan produknya melalui situs pribadi, jaringan sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan

Instagram, Blog, e-mail, mailing list (Milis), situs komunitas seperti Kaskus dan melalui situs jual beli seperti Tokopedia, Shoope, dan lainnya. Dengan mengetikkan kata kunci tertentu di mesin pencari, pengguna internet dapat dengan mudah menemukan informasi produk dan harga dari beberapa penjual sekaligus. Beragam produk dapat dibeli melalui media internet, di antaranya pakaian, tas, sepatu, buku, tiket pesawat, sampai barang-barang elektronik.

Para konsumen lebih memilih untuk berbelanja secara *online*, pasalnya bukan hanya karena pandemi, tetapi juga karena kemajuan layanan perbankan yang memudahkan proses transaksi. Dengan demikian, situasi ini dapat dijadikan referensi bagi pelaku bisnis untuk lebih membaca kebiasaan konsumen saat ini yang lebih banyak menggunakan media *online* untuk berbelanja.

Country Industry Head, Twitter Indonesia, Dwi Adriansah mengatakan perubahan pola belanja di Indonesia sejalan dengan tuntutan untuk lebih banyak di rumah serta perkembangan layanan perbankan *online*, kampanye di media sosial, dan

gebrakan kampanye dari platform *e-Commerce*. "Kami melihat adanya perubahan perilaku konsumen yang lebih memilih belanja dan mendapatkan rekomendasi secara *online*. Dengan demikian, *brand* juga harus melakukan penyesuaian terhadap bagaimana mereka berkomunikasi dengan konsumen," kata Dwi dalam jumpa pers virtual "*Shopping Days*" on *Twitter*", Kamis.

Menurut data dari Toluna, Haris *Interactive* di periode akhir Juli, sebanyak 59 persen pengguna *Twitter* di Indonesia berbelanja *online* untuk produk-produk yang biasanya dibeli secara *offline*. Berdasarkan hasil survei, terdapat kenaikan lebih dari 2 persen pada awal Juli di mana memperlihatkan sebanyak banyak orang berbelanja *online*.

Transaksi *online* jelas memiliki segudang kelebihan apalagi untuk dilakukan pada saat pandemi virus *corona* seperti saat ini. Kelebihan dari belanja *online* saat pandemi *corona* adalah dapat mengurangi kontak langsung dengan orang lain, menghindari risiko penularan melalui barang dan menemukan barang yang diinginkan lebih cepat. Menggunakan sistem pem-

bayaran *online* adalah salah satu kelebihan belanja *online* di saat wabah virus corona sebab transaksi *online* akan menghindari untuk menyentuh uang secara langsung.

Selain memiliki kelebihan ternyata banyak kelemahan yang ada saat belanja *online* di tengah wabah virus corona apabila pembeli tidak bijak. Kelemahan belanja *online* berikutnya adalah tidak terjaminnya kualitas barang yang dibeli sebab tidak dapat memeriksa barang secara langsung ketika berbelanja *online*, cenderung membeli barang yang tidak diperlukan, adanya ongkos pengiriman, harus menunggu barang datang, barang yang dibeli kadang tidak sesuai dengan keinginan dan kemungkinan terkena penipuan (Barang yang sudah dibeli tidak datang / berbeda dengan yang dibeli). Namun terkadang tidak semua penjual *online* dapat dipercaya. Tidak jarang terdengar kasus-kasus penipuan belanja *online* dimana konsumen sudah mentransfer uang namun barang yang dipesan tak kunjung datang.

Kecenderungan masyarakat kota Manado untuk berbelanja

melalui *online shop* mengurangi tingkat kewaspadaan dalam melakukan transaksi jual beli. Ini dibuktikan dengan banyaknya kasus penipuan dengan modus *online shop*. Faktor utama terjadinya penipuan dikarenakan pembeli dan penjual tidak bertatap muka secara langsung, karena kepercayaan menjadi modal utama dalam setiap bertransaksi jual beli *online*. Beberapa kasus lainnya juga seperti penjual menghilang setelah dilakukan proses pembayaran oleh pembeli, barang yang dikirim penjual tidak sesuai dengan apa yang tertera pada deskripsi produk yang dijual atau dengan kata lain tidak sesuai dengan gambar yang ada di *online shop* tersebut dan berbagai alasan lainnya.

Walaupun demikian, masih banyak masyarakat kota Manado lebih memilih *Online shop* sebagai alternatif berbelanja daripada belanja ke toko, mall atau tempat belanja lainnya. selain dikarenakan *covid-19* ada beberapa alasan lainnya seperti karena praktis dan tidak ribet, tidak perlu berdandan rapi, tidak perlu keluar rumah, dan tidak perlu menghadapi panas

serta macet. Cukup dengan koneksi internet dan alat pembayaran *online*, seperti token dan kartu Kredit masyarakat sudah dapat membeli barang secara *online*. Alasan lainnya di pusat perbelanjaan masyarakat hanya dapat melihat dan memilih barang-barang yang dipajang di etalase. meski ada pramuniaga tetapi sering timbul rasa sungkan untuk meminta bantuan.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh tentang *Online Shop* yang menjadi Alternatif berbelanja masyarakat Kota Manado.

Perubahan Sosial Budaya

Konsep perubahan sosial pada masyarakat yang pertama adalah pada perubahan kebudayaan dan manusia yang ada di dalamnya. Perubahan dipengaruhi oleh berbagai sebab yaitu faktor intern dan ekstern. Faktor yang menyebabkan perubahan sosial pada masyarakat terjadi karena adanya suatu ketidakpuasan terhadap kondisi yang dialami. Faktor baru yang lebih memuaskan masyarakat sebagai pengganti faktor lama itu memberikan warna baru bagi

masyarakat. Proses sosial yang terjadi dalam masyarakat dan memberikan suatu perubahan yang mendorong sebagian masyarakat untuk memberikan lebih atau memberikan inovasi yang sudah ada pada masyarakat.

Studi modern tentang perubahan sosial sangat dipengaruhi oleh pandangan pada konsep-konsep teori sistem dan teori struktural-fungsional. Pemikiran mengenai sistem baru sebagai perubahan yang terjadi di dalam masyarakat terbentuk karena adanya perbedaan keadaan sistem tertentu dalam jangka waktu yang berlainan (Piotr Sztompka, 2005).

Perkembangan sosial yang melukiskan proses perkembangan potensi yang terkandung di dalam sistem sosial. Konsep mengenai perkembangan sosial juga ditandai dengan adanya kemajuan sosial (sosial progres). Pemikiran ini menambahkan dimensi penilaian kategori yang objektif dan lebih netral terhadap aspek kehidupan normatif . Perubahan pada dasarnya yang dimaksudkan dengan kemajuan adalah : (1) proses menjurus: (2) terus menerus membawa sistem sosial semakin

mendekati keadaan yang lebih baik atau menguntungkan (kata lain menuju penerapan nilai pilihan tertentu berdasarkan etika seperti kebahagiaan, kebebasan, kesejahteraan, atau kepada prestasi masyarakat ideal dalam bentuk masyarakat utopia.

Mengapa lebih memilih belanja Online

E-commerce atau perdagangan elektronik tak bisa dipungkiri lagi. *E-commerce* bukan hanya tumbuh karena teknologi dan perkembangan jual-beli semata, tapi juga karena dukungan pemerintah yang sangat besar apalagi di masa pandemi sekarang ini.

"Ongkir" adalah singkatan kata dari "ONGkos Kirim" yang merupakan biaya kirim terima barang melalui ekspedisi seperti Pos, JNE dan kurir lainnya.

Sering kali ditemukan di sosial media iklan *e-commerce* yang suka jualan maupun toko *online* yang intinya memberikan informasi biaya kirim barang ke alamat pembeli. Dalam proses jual beli *online* penjual akan membebaskan biaya pengiriman kepada pembelinya sesuai dengan berat dan dimensi produk yang

dibeli. Jadi pembeli akan mentransfer uang seharga produk ditambah biaya kirim. Istilah biaya pengiriman ini lazim disebut ongkos kirim atau ongkir.

Jika belanja *Online* dan tokonya berada di Jakarta maka ongkir atau ongkos kirim akan berlaku Rp.60.000/kg.

Seperti Contoh jika barang yang dibeli seharga Rp.200.000 (dalam hitungan 1kg) maka jumlah yang harus dibayar adalah Rp.260.000 (Belum Termasuk biaya administrasi). Biaya administrasi adalah biaya yang dikenakan kepada pembeli jika mentransfer uang ke rekening penjual, ini seperti biaya pajak penjual.

Menurut pernyataan beberapa Informan di atas mengenai kenapa lebih memilih belanja *online* yaitu masyarakat lebih suka cara berbelanja yang praktis dengan memanfaatkan teknologi yang sudah canggih sekarang ini. Selain itu masyarakat juga bisa lebih banyak memilih barang yang ingin dibelinya tanpa harus membuang tenaga lebih.

Dengan ini menunjukkan bahwa sudah ada pergeseran perilaku masyarakat dalam hal

mengenai berbelanja. Di mana manusia modern saat ini memanfaatkan teknologi sebagai alat pemangkas waktu dan tenaga. Seperti halnya berbelanja, biasanya masyarakat pergi ke toko-toko dan mencari barang sampai berjam-jam lamanya, saat ini sudah tinggal duduk santai di rumah dan berbelanja menggunakan *online shop*. Ini berarti masyarakat kota Manado lebih memilih alternatif berbelanja menggunakan aplikasi *online shop*.

Online Shop Sebagai Alternatif berbelanja Masyarakat Kota Manado

Perkembangan teknologi yang semakin pesat memberikan pengaruh yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan salah satunya bidang bisnis. Dahulu sebelum adanya internet kegiatan jual beli dapat dilakukan dengan adanya pertemuan pelaku ekonomi secara langsung. Konsumen yang ingin membeli suatu barang dapat mendatangi toko untuk melihat kondisi fisik dari barang yang akan dibeli. Begitu juga dengan proses transaksi yang dilakukan dengan kontak secara fisik atau bahkan dengan cara tawar-menawar di antara kedua belah pihak penjual dan pembeli.

Akan tetapi dengan adanya internet menciptakan perubahan dalam dunia dagang menjadi lebih modern. Pelaku ekonomi tidak harus bertatap muka langsung untuk dapat melakukan transaksi. Mereka hanya perlu melakukan kesepakatan di antara kedua belah pihak dan barang akan tiba ke lokasi pembelinya tanpa harus repot untuk mendatangi toko lagi. Sistem inilah yang disebut dengan *online shop*.

Sesuai pernyataan beberapa informan di atas bahwa *Online Shop* atau berbelanja melalui *online* sudah banyak diketahui oleh masyarakat. Banyak yang menggunakan *online shop* sebagai alternatif berbelanja di mana masyarakat tidak perlu repot untuk keluar rumah atau bertatap langsung dengan penjual atau bisa membeli barang yang tidak tersedia di Manado. *online shop* memudahkan masyarakat kota Manado dalam hal berbelanja.

Keuntungan dan Kerugian berbelanja melalui Online

Belanja *online* telah menjadi salah satu metode belanja yang sangat populer sejak internet telah berkembang dengan sangat pesat

di seluruh dunia. Ada banyak individu yang mencari cara alternatif lain yang cukup menakjubkan dalam belanja dan pengiriman secara *online* hanya untuk memperbaiki metode tersebut.

Ada banyak sekali keuntungan dari belanja *online*; dan hal inilah yang menjadi alasan mengapa membuat toko *online* merupakan bisnis yang sedang *booming* saat ini. Belanja *online* juga termasuk membeli pakaian, *gadget*, sepatu, peralatan, atau bahkan bahan makanan sehari-hari. Di bawah ini adalah beberapa keuntungan belanja *online*:

a. Hemat Waktu;

Salah satu keuntungan dalam berbelanja *online* adalah bisa menghemat waktu, tidak bisa dipungkiri lagi, belanja ke toko bisa memakan waktu yang lama apalagi jika bertemu jalanan yang macet dan banyaknya antrian.

b. Hemat Tenaga;

Harus diakui bahwa, merupakan sesuatu yang melelahkan saat berbelanja dari satu lokasi dan pergi ke lokasi lain. Dan apa yang lebih buruk adalah

bahwa tidak ada stok yang tersedia untuk barang yang Anda ingin beli ketika sudah sampai di sana. Dalam belanja *online*, Anda tidak perlu terlalu banyak membuang energi yang berharga pada saat anda membeli.

c. Hemat Bahan bakar;

Salah satu keuntungan dari belanja *online* adalah bahwa kita tidak mempunyai kebutuhan untuk membeli bahan bakar kendaraan, sehingga tidak ada pembelian bahan bakar yang diperlukan saat anda berbelanja seperti biasanya.

d. Perbandingan Harga;

Inovasi canggih dari mesin pencari memungkinkan Kita untuk dengan mudah memeriksa harga dan membandingkan dengan yang lain dengan hanya beberapa klik. Hal ini sangat mudah untuk melakukan perbandingan harga dari satu situs belanja *online* yang lain. Dan ini akan memberi kita kebebasan dalam menentukan toko *online* yang menawarkan *item* yang paling terjangkau untuk kita beli.

e. 24 Jam Tersedia;

toko belanja *online* buka sepanjang 24 jam, 7 hari seminggu dan 365 hari dalam setahun. Hal ini sangat jarang jika kita menemukan toko-toko ritel konvensional yang buka 24 jam sehari. Ketersediaan toko *online* memberikan Anda kebebasan untuk berbelanja dengan kecepatan kita sendiri dan kenyamanan.

f. Tidak ada Antrian Kasir;

Ketika membeli barang secara *online*, tidak ada garis panjang ketika kita akan membayar belanjaan kita di kasir. Ide belanja *online* adalah menebang kebiasaan buruk berdiri dalam antrian panjang dan hanya menunggu. Setiap toko *online* ini dirancang dengan fitur unik untuk pemesanan individu dalam atau ketika saat akan membeli *item*.

g. Mudah Mencari Barang;

Kita dapat mencari barang tertentu yang meliputi nomor model, gaya, ukuran dan warna yang ingin kita beli. Selain itu, kita juga mudah untuk menentukan apakah produk yang tersedia atau produk yang kehabisan stok.

h. *Discount*;

Discount atau potongan harga menjadi senjata utama para penjual untuk menarik perhatian para calon pembeli. banyak penjual yang memberikan diskon menarik agar pembeli mau membeli barang dari tokonya.

Namun, tidak semuanya berbelanja secara *online* dapat selalu menguntungkan. Pasti ada sesuatu yang kurang. Dengan berbelanja *Online*, Jika ada keuntungan, kemungkinan besar juga akan ada kekurangan. Meskipun keberhasilan dalam pembelian melalui toko belanja *online* cukup mengagumkan, masih ada beberapa kelemahan yang pada umumnya banyak orang mengeluh tentang hal tersebut, yaitu:

a. Tidak bisa Coba/Tes barang terlebih dahulu;

Saat Kita ke toko atau butik, bisa mengenakannya langsung ke badan sekali pun harga masih nego. Manfaat mengenakan barang adalah mencocokkannya dengan badan, apakah ukuran, warna dan motifnya sudah sepadan atau belum. Di toko dinamis, tidak ada istilah dicoba,

kita benar-benar baru bisa mencobanya lama setelah barang sampai di rumah

b. Barang yang dibeli biasanya tidak sesuai Harapan;

Ada yang bilang bahwa belanja secara *online*, hasilnya nasib-nasiban. Kalau kebetulan dapat yang bagus dengan harga miring berarti kitalah yang beruntung. Tetapi kalau dapat barang yang kurang mengena, silahkan coba pada pembelian berikutnya. Jelaslah berbeda sekali antara melihat dan meraba langsung produk tersebut ketimbang hanya melihatnya dari jauh dengan ukuran sangat kecil pula itu (hanya selebar layar *smartphone*).

c. Ada Ongkir (Ongkos Kirim);

Ongkos Kirim menjadi salah satu kekurangan dalam berbelanja *online*, dikarenakan rata-rata pembelian dari luar daerah Manado, maka masyarakat kota Manado harus menambah ongkos sebesar Rp.60.000/kg.

d. Ada Kemungkinan Terkena Penipuan;

Kepercayaan menjadi Modal yang sangat utama saat berbelanja *online*, tidak sedikit

kasus penipuan yang sudah terjadi. seperti barang tidak dikirim oleh penjual padahal kita sudah mentransfer sejumlah uang. atau penjual menghilang Ketika barang yang dikirim rusak.

Cara Mengantisipasi Penipuan

Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di sejumlah kota di Indonesia, semakin membatasi pergerakan warga untuk ke luar rumah. Banyak pusat perbelanjaan dibatasi jam operasionalnya, bahkan tutup sama sekali. Untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, berbelanja secara *online* mau tidak mau harus dilakukan. Namun, karena transaksi jual beli dilakukan melalui internet, maka yang bisa dilakukan calon pembeli hanyalah mencermati detail barang yang hendak dibelinya melalui foto-foto dan deskripsi barang yang dicantumkan penjual.

Setelah memutuskan untuk membeli barang tersebut, pembeli lantas mentransfer dana sesuai harga. Entah itu ke rekening penjual langsung atau pihak ketiga kalau memang bertransaksi melalui *marketplace* seperti

Shopee, Tokopedia, Blibli, Lazada dan lainnya. Meskipun menawarkan kemudahan dalam berbelanja karena tidak harus ke luar rumah, sayangnya membeli barang bermodal kepercayaan tersebut juga membuka celah penipuan.

Dari pernyataan Informan yang sudah saya wawancarai, rata-rata cara yang dipakai untuk mengantisipasi Penipuan adalah dengan melihat *Rating* Toko Tersebut, dan melihat Ulasan toko. ini adalah cara yang umum dipakai oleh Masyarakat saat sedang berbelanja *online*.

Belum lama ini, seorang warga Palembang bernama Juan Puncan Endrile menjadi korban penipuan usai berbelanja secara *online*. Ia mengaku sudah mentransfer dana sebesar Rp36,4 juta kepada salah satu penjual masker di Instagram bernama Intan Karlina.

Namun, saat paket diterima, betapa terkejutnya Juan karena isinya bukan masker tetapi batu bata. Sialnya, saat Juan meminta konfirmasi atas barang yang diterimanya, nomor telepon penipu sudah tidak aktif lagi.

Agar tidak menjadi korban penipuan saat berbelanja *online*, kita tentunya harus tahu hak-hak sebagai konsumen. Apalagi kalau bertransaksi dengan nilai yang lumayan besar seperti contoh di atas. Tujuannya agar Kita tahu ke mana harus mengadu jika tertipu, termasuk melengkapi bukti-bukti yang diperlukan petugas kepolisian untuk menindaklanjuti kasus tersebut.

Sesuai Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK), sebenarnya hak antara konsumen yang bertransaksi secara *online* atau *offline* tidak dibedakan. Semua hak konsumen masuk dalam Pasal 44 UU PK,

Berikut 5 di antaranya yang sering kita jumpai dalam transaksi jual beli *online*:

- 1.) Hak atas Kenyamanan, Keamanan, Keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.

Jadi kalau kita membeli obat pelangsing secara *online*, namun ternyata setelah mengonsumsi obat itu masuk Instalasi Gawat Darurat (IGD) karena keracunan

padahal penjual menjamin obat tersebut aman. Maka Kita berhak melaporkan pedagang tersebut karena melanggar hak keselamatan dan keamanan kita.

2.) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Kamu pasti pernah membeli barang secara *online*, namun barang yang kamu terima ternyata berbeda kualitas, warna, bentuk, atau deskripsi lainnya dengan yang dijanjikan penjual? Kalau pernah, kamu berhak melaporkan penipuan yang kamu alami.

3.) Hak Untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.

Saat menerima barang yang kita beli ternyata tidak sesuai dengan deskripsi penjual, tentu yang pertama muncul di benak kita adalah komplain kepada penjual bukan? Nah, kalau penjual mendadak tidak bisa dihubungi atau tidak membalas keluhan, hak kita sebagai konsumen sudah dilanggarnya.

4.) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

5.) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Konsumen berhak untuk mendapatkan uangnya kembali, apabila barang yang dibelinya tidak sesuai dengan yang dijanjikan dalam akad jual beli. Kalau penjual melarikan diri dan tidak mau tanggung jawab, Kita bisa melaporkannya ke pihak kepolisian seperti yang dilakukan oleh warga Palembang di atas. Apabila penjual tidak melaksanakan kewajibannya, maka dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 UU PK dengan pidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak Rp2 miliar.

Biasanya, korban penipuan belanja *online* hanya memberikan *review* dan komentar negatif di *marketplace* atau sosial media yang digunakan penjual untuk berdagang. Padahal ada beberapa

cara lain yang lebih ampuh untuk membuat si penipu jera dan mendapat hukuman. Walaupun kita harus melakukan upaya ekstra untuk membuat laporan, ini dia beberapa cara melaporkan penipuan belanja *online* yang bisa kita lakukan:

1. Lapor ke Kantor Polisi

Hal pertama yang dilakukan Juan Puncan Endrile, yang beli masker senilai Rp36,4 juta namun menerima kiriman batu bata adalah melaporkan kasus penipuan tersebut ke polisi. Juan juga sudah tepat menyiapkan beberapa hal sebelum beranjak ke kantor polisi terdekat, yaitu membawa bukti transfer ke rekening penipu sebagai alat dasar penyidikan. Ia juga menyerahkan bukti komunikasi melalui aplikasi pesan singkat atas transaksi tersebut, sekaligus nomor *handphone* penipu.

Nantinya polisi akan membuat laporan yang berisikan tentang identitas terlapor maupun pelapor. Setelah laporan kamu selesai dibuat, nantinya polisi akan memberikan Surat Tanda Penerimaan Laporan (STPL).

Surat ini menjadi bukti bahwa kamu telah melaporkan tindak penipuan yang kamu alami. Selanjutnya, kamu hanya menunggu bagaimana perkembangan kasus tersebut ditangani oleh kepolisian. Kemudian kamu akan mendapatkan surat pemberitahuan perkembangan Hasil Penyidik (SP2HP).

2. Lapor ke polisi lewat email

Kecanggihan teknologi juga mempermudah kita dalam membuat laporan tindak pidana penipuan belanja *online* melalui email. Kita tidak perlu pergi ke kantor polisi, cukup melapor melalui email ke pihak kepolisian.

Hal-hal yang harus kita lakukan adalah memberikan informasi selengkap-lengkapnyanya, bagaimana kita bisa membuat kesepakatan transaksi dengan si penipu. Sertakan bukti-bukti pendukung seperti bukti transfer dana, bukti komunikasi saat bertransaksi dengan penipu. data-data penipu, seperti nomor rekening, nomor *handphone*, maupun sosial media yang digunakan oleh penipu.

Kirimkan semua bukti dan data-data tersebut ke email resmi

Kepolisian Indonesia, yaitu cybercrime@polri.go.id.

3. Blokir rekening penipu

Kita juga bisa berkontribusi mencegah orang lain menjadi korban si penipu tersebut, caranya adalah dengan memblokir rekening penipu dengan melaporkannya ke pihak bank. Pada kesempatan pertama setelah kita yakin telah menjadi korban penipuan, buat pengaduan ke Bank sehingga mungkin saja masih ada kesempatan uang kita kembali.

Beberapa bank memiliki prosedur penanganan sendiri-sendiri atas pengaduan dari korban penipuan belanja *online*. Kita bisa melaporkannya melalui *call center*, bank yang kita gunakan saat bertransaksi. Setelah itu, Kita akan mendapat penjelasan mengenai prosedur pengaduan pemblokiran rekening pelaku penipuan.

Lapor ke pengelola Marketplace dan minta Pengembalian dana

Hampir semua *marketplace* besar seperti Shopee, Tokopedia dan yang lainnya sudah menjadi perantara pembayaran transaksi

dari pembeli ke penjual. Setelah pembeli menerima barang yang dibeli lewat *marketplace* dan merasa puas dengan barang dan pelayanan dari penjual, maka pembeli tersebut akan diminta untuk mengonfirmasi dana yang ditampung oleh pihak *marketplace* bisa diteruskan kepada penjual.

Namun, kalau kita merasa ditipu dan tidak rela uang kita dinikmati begitu saja oleh penipu, maka kita bisa mengajukan laporan telah menjadi korban penipuan oleh penjual tersebut. Sama seperti halnya melaporkan ke pihak kepolisian, kita perlu melengkapi kronologi serta bukti transfer, dan bukti ketidaksesuaian barang yang kita beli dengan yang dijanjikan oleh penjual.

Kesimpulan

Online Shop sudah banyak diketahui dan digemari oleh masyarakat kota Manado. Banyak yang menggunakan *online shop* sebagai alternatif berbelanja di mana masyarakat tidak perlu repot untuk keluar rumah atau bertatap muka langsung dengan penjual, atau bisa membeli barang yang tidak tersedia di Manado.

online shop memudahkan masyarakat kota Manado dalam hal berbelanja.

Berbelanja melalui *Online* terbilang cukup mudah karena hanya dengan menyediakan *handphone* yang bisa terhubung ke internet, mendownload aplikasi *online shop* dan menginstalnya maka kita sudah bisa berbelanja sepuasnya dari rumah. Ini adalah faktor utama kenapa banyak yang memilih *online shop* sebagai alternatif berbelanja dikarenakan cukup praktis.

Masyarakat lebih memilih belanja *online* karena memiliki banyak pilihan barang, Calon pembeli bisa memilih banyak pilihan barang yang sudah tersedia di toko *online*. sedangkan bila datang ke toko langsung biasanya barang tidak tersedia.

Semakin banyaknya e-commerce (layanan untuk sarana jual beli secara *online*) menyebabkan perubahan pola berbelanja masyarakat yang awalnya berbelanja secara konvensional hingga kini beralih ke cara yang modern yang sangat

praktis dan memudahkan untuk memilih barangnya di mana saja.

Selain perubahan pada pola berbelanja, belanja *online* juga menyebabkan perubahan gaya hidup konsumen, yang mana pada awalnya berbelanja hanya untuk memenuhi kebutuhan pokok saja, kini konsumen berbelanja karena tergiur dan ingin mencoba sesuatu yang baru dan disukainya.

Keuntungan berbelanja *Online* Seperti: hemat waktu, hemat tenaga, hemat bahan bakar, tersedia selama 24 jam, mudah mencari barang, tidak ada antrian kasir dan banyak diskon.

Kerugian berbelanja *Online* Seperti: tidak bisa mencoba barang di awal, barang yang dibeli biasanya tidak sesuai harapan, adanya ongkos kirim, adanya kemungkinan terkena penipuan.

Masyarakat mempunyai hak-hak sebagai konsumen, Sesuai Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK), sebenarnya hak antara konsumen yang bertransaksi secara *online* atau *offline* tidak dibedakan. Hak-hak itu meliputi: 1.) hak atas

kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. 2.) hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

3.) hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. 4.)hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. 5.) hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian,

apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Cara melaporkan bila terjadi penipuan saat bertransaksi *online* yaitu :

- 1.) Laporkan ke kantor polisi.
- 2.) Laporkan ke polisi lewat email cybercrime@polri.go.id .
- 3.) Blokir Rekening Penipu
- 4.) Laporkan ke pengelola *Marketplace* dan minta pengembalian dana.

DAFTAR PUSTAKA

- Baudrillard, J. 2004. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana Yogyakarta.
- Buttner, O.B. & Goritz, A.S. 2008. *Perceived trustworthiness of online shops*. Journal of Consumer Behaviour.
- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Gustavsson, M. and Johansson, A., 2006, "Consumer Trust in E-Commerce". The Department of Business Studies, International Business Program, FEC 685 Bachelor Dissertation, Kristianstad University, Sweden.
- Indahrsih, Novy. 2011. *Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Secara Online (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang)*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.
- Koentjaraningrat. (1997). *Metode-Metode Penelitian Masyarakat Metode Wawancara*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lury, Celia. 1998. *Budaya Konsumen*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Lin, G.T.R & Sun, C.C. 2009. *Factors influencing satisfaction and loyalty in online shopping An integrated model*. Emerald Group Publishing Limited.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Moleong, Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Prastyo, Ardy. 2009. *Gaya Hidup Teknoseksual Dalam Tinjauan Perilaku Konsumen" (studi kasus pada pria pekerja bidang teknologi Informasi dan komunikasi di Semarang*. Skripsi. Semarang:Fakultas Ilmu Sosial.
- S'to. 2019. *Kitab Hitam Putih Tokopedia*. Jakarta: Jasakom
- Soedjatmiko, Haryanto.2008."*Saya Berbelanja Maka Saya Ada: Ketika Konsumsi Dan Desain Menjadi Gaya Hidup Konsumeris*". Jakarta: Jalasutra

Suhartini. 2011. *"Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi belanja Secara Online Di Komunitas Kaskus Semarang"* Skripsi. Semarang Universitas Diponegoro.

Storey, John. 2006. *Culture Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: JalaSutra

Sztompka, Piotr. 2005. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada Media

Yoo Kyoung Seock, Marjorie J.T. Norton, 2007. *"Capturing college students on the web: analysis of clothing web site attributes"*, Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal.