

TINGKAT PRESEPSI MASYARAKAT TENTANG PENJUALAN OLINE MAKANAN STUDI KASUS TANJUNG ALAM

Saria Sinaga, Nisfu Fhitri dan Hamidah Sidabalok
PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

Email : sariasinaga@gmail.com

ABSTRAK

Internet memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ekonomi global. Dengan adanya internet, ekonomi dunia memasuki era baru yang dikenal sebagai "perekonomian digital". Media internet semakin banyak digunakan dalam kegiatan ekonomi. Misalnya, perdagangan semakin bergantung pada e-commerce sebagai media transaksi. E-commerce pada dasarnya adalah suatu hubungan perdagangan antara penjual dan pembeli yang dilakukan melalui media internet. Oleh karena itu, proses pemesanan produk, pembayaran transaksi, dan pengiriman produk dilakukan melalui internet. E-commerce tidak hanya memudahkan konsumen, tetapi juga membantu produsen memasarkan produk, yang mengurangi biaya dan waktu. Dengan e-commerce, konsumen dapat dengan mudah mengumpulkan dan membandingkan informasi tentang barang dan jasa.

Kata Kunci: *Presepsi, Masyarakat, Penjualan online*

ABSTRACT

The Internet has a significant impact on the global economy. With the internet, the world economy entered a new era known as the "digital economy". Internet media is increasingly being used in economic activities. For example, trade is increasingly dependent on e-commerce as a transaction medium. E-commerce is basically a trading relationship between sellers and buyers carried out via the internet. Therefore, the process of ordering products, payment transactions, and product delivery is carried out via the internet. E-commerce not only makes things easier for consumers, but also helps producers market products, which reduces costs and time. With e-commerce, consumers can easily collect and compare information about goods and services.

Keywords: *Perception, Society, Online sales*

PENDAHULUAN

Dengan kemajuan teknologi informasi dan telekomunikasi, dunia menjadi tanpa batas atau borderless, dan perubahan sosial terjadi dengan sangat cepat. Meskipun pada awalnya dibuat untuk keuntungan, itu juga dapat digunakan untuk keuntungan negatif. Saat ini, Internet, jaringan komputer terbesar di dunia, digunakan oleh berjuta-juta orang di seluruh dunia. Tujuan awal internet adalah untuk berbagai hal, seperti membantu orang berinteraksi, berkomunikasi, belajar, bahkan berdagang dengan orang-orang dari seluruh dunia dengan cara yang mudah, cepat, dan murah. Setelah munculnya bisnis yang terkait dengan komputer dan sistem jaringan global, juga dikenal sebagai internet, terjadi pergeseran besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama di dalamnya, karena orang dapat mengakses sistem produk yang diinginkan melalui jaringan internet. (M. A. Rumondang, 2017)

Internet memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ekonomi global. Dengan adanya internet, ekonomi dunia memasuki era baru yang dikenal sebagai "perekonomian digital". Media internet semakin banyak digunakan dalam kegiatan ekonomi. Misalnya, perdagangan semakin bergantung pada e-commerce sebagai media transaksi. E-commerce pada dasarnya adalah suatu hubungan perdagangan antara penjual dan pembeli yang dilakukan melalui media internet. Oleh karena itu, proses pemesanan produk, pembayaran transaksi, dan pengiriman produk dilakukan melalui internet. E-commerce tidak hanya memudahkan konsumen, tetapi juga membantu produsen memasarkan produk, yang mengurangi biaya dan waktu. Dengan e-commerce, konsumen dapat dengan mudah mengumpulkan dan membandingkan informasi tentang barang dan jasa. (Damastuti et al., 2022) (R. Rumondang & Paujiah, 2020) (Rumondang et al., 2019) (Laila et al., 2023) (R. Rumondang et al., 2022) (Rumondang dan E. Paujiah, 2019)

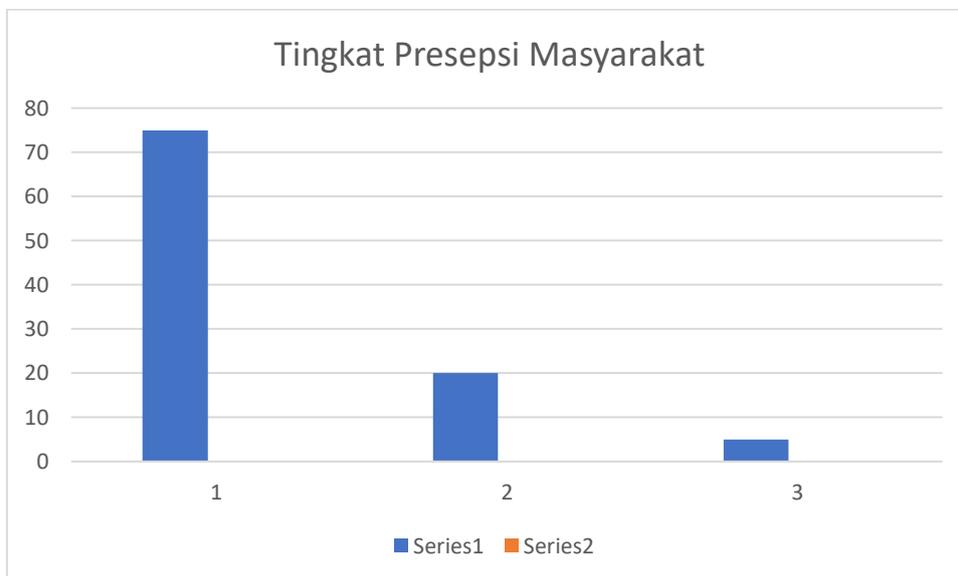
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi: Persepsi luar adalah persepsi yang disebabkan oleh rangsangan dari luar individu. Faktor-faktor dari luar yang terdiri dari pengaruh lingkungan luar termasuk intensitas, ukuran, konsistensi atau kontras, dan pengulangan. Self perception adalah persepsi yang dihasilkan oleh rangsangan internal. Dalam hal ini, objek adalah dirinya sendiri. Beberapa komponen dalam diri seseorang mempengaruhi proses seleksi persepsi, termasuk belajar atau pemahaman, motivasi, dan kepribadian.

METODE

Mengingat pentingnya persepsi terhadap jual beli online, maka penulis melakukan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin, karena banyaknya jumlah populasi secara keseluruhan dari para ibu-ibu majelis taklim yang ada di Kota Pekanbaru tersebut (Muhammad, 2008:10). Rumus: $2)(1eNNn+=$ Keterangan : n=sampel N=ukuran populasi =Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel).

PEMBAHASAN

Salah satu komponen e-commerce saat ini adalah pasar yang semakin berkembang di Indonesia. Pasar adalah tempat di mana bisnis dapat berinteraksi satu sama lain secara elektronik dan menyediakan pasar di mana bisnis dapat berpartisipasi dalam e-commerce B2B dan kegiatan e-business lainnya (Brunn, Jensen, & Skovgaard). Pasar menyediakan banyak fasilitas penting secara gratis. Salah satu keuntungan yang dapat diperoleh penjual yang melakukan jual beli di marketplace adalah mereka tidak perlu membuat website yang mahal. Pasar tradisional Indonesia termasuk Buka Lapak, blibli, zalora, lazada, tokopedia, shopee, dan lainnya. Salah satu toko online yang sangat populer di Indonesia adalah Buka Lapak. Para pelanggan yang memiliki keterbatasan waktu senang dengan munculnya pasar ini.



- Ket 1. Sangat setuju 75 %**
- 2. Setuju**
- 3. Netral**

SIMPULAN DAN SARAN

Faktor-faktor dari luar yang terdiri dari pengaruh lingkungan luar termasuk intensitas, ukuran, konsistensi atau kontras, dan pengulangan. Self perception adalah persepsi yang dihasilkan oleh rangsangan internal. Dalam hal ini, objek adalah dirinya sendiri. Beberapa komponen dalam diri seseorang mempengaruhi proses seleksi persepsi, termasuk belajar atau pemahaman, motivasi, dan kepribadian. Tingkat persepsi terhadap penjualan online 75 % bagi Masyarakat di Desa Tanjung Alam.

DAFTAR PUSTAKA

Damastuti, E., de Groot, R., Debrot, A. O., & Silviu, M. J. (2022). Effectiveness of

- community-based mangrove management for biodiversity conservation: a case study from Central Java, Indonesia. *Trees, Forests and People*, 7(120), 100202. <https://doi.org/10.1016/j.tfp.2022.100202>
- Laila, K., Batubara, J. P., Fadli, M., & Ayu, D. (2023). PEMBERDAYAAN DESA DUSUN KUALA SIPARI MELALUI DISAIN DAN KONSTRUKSI BUDIDAYA KERANG DARAH (Anadara granosa). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 599–613.
- Rumondang, Ariyanto, D., & Manurung, H. P. (2019). Ppm Pada Kelompok Petambak Ikan Kerapu “ Kompak Bersama ” Di Desa Mesjid Lama Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara. *Proceing Se,Inar Nasiona*, 3(1), 816–825.
- Rumondang dan E. Paujiah. (2019). Kondisi Plankton Pada Tambak Ikan Kerapu Di Desa Mesjid Lama Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara. *DEPIK Jurnal Ilmu-Ilmu Perairan, Pesisir Dan Perikanan*, 9(1), 107–118. <https://doi.org/10.13170/depik.9.1.14282>
- Rumondang, M. A. (2017). Growth and mortality of tor fish (*Tor soro valenciennes* 1842) in asahan river. *International Journal of Fisheries and Aquatic Research*, 2(4), 23–26.
- Rumondang, R., Harmayani, H., Manurung, H. P., Putri, A., & Sari, I. (2022). Identificaton of grouper parasites (*Epinephelus coioides*) in Talawi District, Batubara Regency. *Depik*, 11(3), 476–482. <https://doi.org/10.13170/depik.11.3.27131>
- Rumondang, R., & Paujiah, E. (2020). Kondisi plankton pada tambak ikan kerapu di Desa Mesjid Lama Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara. *Depik*, 9(1), 107–118. <https://doi.org/10.13170/depik.9.1.14282>