

## **Motivation of Online Merchant Students (Case Study of 5 Online Shop Seller Students at Makassar State University)**

Mauliadi Ramli

Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Email : [mauliadiramli21@gmail.com](mailto:mauliadiramli21@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*This research aims to find out: 1) What is the motivation for students to become online shop sellers? 2) What is the impact felt by students who sell online shops. This type of research is descriptive qualitative research with a qualitative approach. The selection of informants used a purposive sampling technique with a total of 5 informants. The criteria for informants were selected and adjusted to research needs so that researchers could find out the motivation and impact of online shop sellers. The data collection techniques used are: Observation, interviews and documentation. The data obtained was then analyzed using descriptive quantitative through three stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions.*

*The results of this research show that based on the motivation of students selling online shops at Makassar State University, it is because they want to help their parents, to earn additional income. By using this online shop, sellers don't have to bother going to the shop to get the goods they want. To make a transaction, both parties don't need to meet each other. Once buyers select a product, they can pay for it with a credit or bank card, and the product will be shipped to the buyer's desired location. The positive impact felt by online shop sellers is that they can make their own money, their time is more useful and they can meet lots of people when delivering their products to people, they can also introduce their products outside the area. There is also a negative impact felt by online shop sellers, namely that they often suffer losses because Many people cancel (return) online shop marketplace via COD.*

**Keywords:** *Student Motivation, Impact of Online Shop Sellers, Online Shop Traders*

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan zaman yang semakin canggih, segala hal bisa dilakukan dengan cepat dan mudah salah satunya proses jual beli. Saat ini ketika seseorang berbelanja antara penjual dan pembeli tidak harus dilakukan dengan bertatap muka. Adanya ide atau opsi yang modern untuk berbelanja atau transaksi, yaitu dengan online shop. Untuk para penjual memasarkan dagangannya kepada pembeli online shop merupakan salah satu cara praktis, hanya dengan bermodalkan smartphone dan jaringan internet penjual tidak harus menyewa tempat atau mendirikan toko. Selain itu, hanya dengan memilih, memesan dan mentransfer uang dan

menuliskan alamat rumah kepada pemilik online shop sehingga untuk memiliki barang yang diinginkan pembeli tidak perlu keluar rumah. Biasanya barang yang diinginkan akan dikirim melalui jasa pengiriman misalnya Kantor Pos, JNE, Tiki dan lain lain.

Saat ini bisnis secara online sangat berkembang pesat di Indonesia, online shop merupakan salah satunya yaitu tempat berbelanja dapat dilakukan hanya dengan melalui smartphone dan jaringan internet dan digunakan juga dalam transaksi jual beli, untuk melihat dan membeli apa yang diinginkan mereka tidak harus datang lagi ke toko, cukup dengan melihat barang melalui internet lalu memesan barang yang sesuai dengan yang diinginkan kemudian mentransfer uangnya dan barang yang dipesan tersebut akan dikirim oleh pemilik toko online tersebut ke alamat rumah(Mananeke et al., n.d.).

Pengaruh perkembangan teknologi ini mempengaruhi gaya hidup masyarakat yang berubah, salah satunya adalah penggunaan gadget dimana orang-orang cenderung beraktivitas di dunia maya seperti berbelanja online. Untuk pengguna saat ini belanja online menjadi jalan alternatif karena lebih praktis. Dalam hal jangkauan layanan, efisiensi, keamanan dan popularitas internet kini sudah berkembang menjadikan belanja online salah satu cara alternatif dalam membeli suatu barang hal ini merupakan suatu bentuk perubahan yang dipertunjukkan oleh internet dari segi inovasi dalam melakukan pembelanjaan dan mempermudah dalam proses transaksinya(Firous deviyanti et al., n.d.).

Belanja online atau biasa dikenal dengan e-commerce memiliki sejumlah keuntungan yang dapat dirasakan penggunanya seperti tidak perlu keluar rumah atau pergi ke toko, cukup memesan dan akan diantar di rumahmu. Dua keuntungan yang dirasakan adalah menghemat waktu saat berbelanja dan menghemat bahan bakar saat berbelanja, kita juga dapat mengontrol harga atau membandingkan harga dari beberapa toko online. Ketiga toko online atau e-commerce tersebut buka selama 24 jam sehari, hal ini bermanfaat bagi kita dalam menentukan waktu kita akan melakukan aktivitas toko online tersebut.

Selain kelebihan yang di rasakan, juga merasakan beberapa kekurangan atau kelemahan yang dirasakan dari toko online, seperti keterlambatan antara proses transaksi dan pengiriman produk. Kedua, kita sebelum membeli kita tidak bisa mencoba barang yang akan dibeli. Ketiga, kami tidak bisa mengecek apakah barang yang kami pesan sebelumnya rusak atau tidak. Alasan utama kita berbelanja online atau e-commerce adalah karena harga. Dengan mempertimbangkan harga sehingga konsumen ketika berbelanja di toko online, dimana pandangan harga mempengaruhi niat pembeliannya. Terkadang harga di toko online tidak jauh murah dibandingkan di toko tradisional, dikarenakan ongkos pengiriman yang berbeda-beda tergantung tujuan(Hafi et al., 2022).

Dalam berbelanja online kepercayaan konsumen merupakan salah satu kendala yang sulit untuk dikendalikan karena hal ini ada hubungannya dengan niat beli konsumen. Mau mendefinisikan kepercayaan sebagai keyakinan bahwa satu pihak akan menemukan apa yang

mereka inginkan pada pihak lain, bukan apa yang mereka takuti pada pihak lain, dan kepercayaan adalah keyakinan bersama antara pembeli dan penjual, Dari sekian banyak faktor yang mempengaruhi terjadinya transaksi jual beli pada online shop kepercayaan merupakan faktor kunci. Tanpa adanya kepercayaan penuh dari konsumen, mustahil suatu transaksi dapat dilakukan melalui media online. Hanya konsumen yang memiliki kepercayaan penuh yang berani melakukan aktivitas jual beli melalui media online (Aditya Pratama, n.d.)

Dalam sistem belanja online, ketika konsumen ingin memutuskan apakah akan membeli suatu produk atau berbelanja secara online, timbul keraguan terhadap risiko yang akan diterimanya. Oleh karena itu, kepercayaan memainkan peran yang sangat penting dalam e-commerce karena konsumen mempercayai perusahaan Internet. Misalnya saja ketika ada ketakutan barang yang diangkut akan hilang di tengah perjalanan, hal ini menyebabkan konsumen meninggalkan ide untuk melakukan pembelian secara online (Sakti, 2017)

Menurut Hawes dan Lumpkin, orientasi merek merupakan faktor penting dalam membentuk niat pembelian online. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa loyalitas merek mempunyai dampak yang kuat terhadap niat membeli, terutama bagi pengunjung tradisional. tidak hanya menarik pelanggan baru. Merek yang kuat juga membuat mereka merasa nyaman dan keputusan terhadap pembeliannya akan meningkatkan kepercayaan. Merek merupakan kesan yang akan diterima oleh pelanggan dan konsumen dan diciptakan melalui interpretasi dalam pikiran mereka berdasarkan manfaat emosional dan fungsional yang dirasakan. Dari definisi tersebut dapat dipahami bahwa suatu merek dapat memberikan kontribusi yang besar dalam mempengaruhi penjualan, dan pada saat yang sama merek yang kuat akan dikenal baik oleh konsumen. Perusahaan kemudian dapat bersaing dengan merek pesaing dan akan sulit bagi konsumen untuk beralih ke merek lain karena di benak konsumen sudah melekat citra baik dari merek yang dihasilkan perusahaan tersebut. Kemudian faktor lainnya adalah orientasi belanja gaya hidup yang berkaitan (Sandora, n.d.)

Orientasi belanja yang dimiliki setiap orang dapat dilihat dari aktivitas, dan minat mereka saat berbelanja. Rencana atau keinginan konsumen untuk suatu produk atau merek tertentu disebut niat beli. Bertanya tentang kemungkinan akan membeli barang yang diiklankan dapat membantu Anda mengetahui niat pembeli untuk membeli suatu barang. Sebelum konsumen benar-benar melakukan pembelian karena pada dasarnya biasanya memiliki niat beli pada suatu produk. Suatu persepsi dibentuk oleh proses belajar dan pemikiran. Persepsi harga, kepercayaan, orientasi merk, dan orientasi belanja yang dibentuk akan mempengaruhi niat beli konsumen. Minat beli ini menciptakan dorongan yang tertanam dalam pikiran dan menjadi keinginan yang sangat kuat. Pada akhirnya, ketika pelanggan harus memenuhi kebutuhannya, keinginan itu akan terwujud. Menurut Meskaran, ada perbedaan antara kecenderungan pembelian dan pembelian aktual. Pembelian aktual adalah pembelian yang sebenarnya dilakukan oleh pembeli; sebaliknya, kecenderungan pembelian adalah niat pembeli

untuk membeli barang tersebut di masa mendatang (Alviolita Kusuma Nusarika & Made Purnami, 2015)

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif untuk melihat apa motivasi mahasiswa Universitas Negeri Makassar menjadi pedagang online shop dan apa dampak yang dirasakan mahasiswa penjual online shop. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa motivasi mahasiswa Universitas Negeri Makassar menjadi pedagang online shop dan apa dampak yang dirasakan mahasiswa penjual online shop. Adapun kriteria informan ini dipilih menggunakan *purposive sampling* dengan penentuan kriteria yaitu Mahasiswa Universitas Negeri Makassar penjual online shop. Teknik pengumpulan data yang dipakai yaitu: 1) Observasi, 2) Wawancara dan 3) Dokumentasi. Adapun dalam menganalisis data menggunakan 1) Reduksi data, 2) penyajian data, dan 3) penarikan kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL PENELITIAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai motivasi mahasiswa pedagang online, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

#### 1. Motivasi mahasiswa menjadi pedagang online shop.

Dalam melakukan sesuatu tentunya terdapat dorongan atau motivasi seperti motivasi mahasiswa Universitas Negeri Makassar menjadi pedagang online shop terdapat berbagai motivasi seperti yang dijelaskan oleh M. Hasdar Hatib yang mengatakan bahwa:

“Motivasi saya sangat jelas, mau bantu meringankan beban orang tua karena biaya UKT ku 5 juta per semester jadi motivasi saya untuk jalankan bisnis atau online shop itu sangat jelas selain itu memang mau ka sukses di usia muda. Karena kalau bukan dari sekarang di mulai akan kesusahan ki di hari tua (Makassar, 27 September 2023).

Senada dengan yang dipaparkan Parida Syafaruddin terkait motivasinya menjadi pedagang online shop sebagai berikut:

“motivasi saya karna saya tulang punggung keluarga, demi bertahan hidup terus menjanjikan jadi pengusaha di era digital sesuai dengan fashion yang saya sukai. (Makassar, 27 September 2023)

Motivasi menjadi pedagang online diungkapkan oleh Nursyam Awaliyah yang mengatakan bahwa:

“Yah selain sebagai kerja sampingan sebagai mahasiswa, kan produknya bisa jg di pakai,

untuk memenuhi kebutuhan, tabungan” (Makassar, 27 September 2023).

Adapun motivasi menjadi penjual online shop oleh mahasiswa Universitas Negeri Makassar yang diungkapkan oleh Fildza Anisya Ramadhani sebagai berikut:

“Motivasinya itu karna butuh uang tambahan dan bisa menghasilkan uang tanpa mengganggu kuliah” (Makassar, 27 September 2023).

Berbeda dengan Sri Ayu Sadaria motivasi menjadi penjual online shop sebagai berikut:

“Yang pertama tentunya memperoleh keuntungan dari hasil penjualan, Ingin menjadi pedagang milenial walaupun tidak punya toko tapi bisa menjual, memperdayakan tempat produksi makanan/oleh-oleh di daerah saya, dan yang paling penting yaitu keinginan untuk memperkenalkan oleh-oleh/Makanan khas daerah saya yaitu Enrekang Duri”(Makassar 4 Oktober 2023).

Dari hasil wawancara diatas, dijelaskan bahwa motivasi menjadi penjual online shop karena adanya keinginan untuk membantu orang tua selain itu karena bisnis online mereka mulai karena adanya keinginan untuk sukses melalui bisnis online sesuai dengan fashion yang mereka sukai. Saat ini dunia sudah beralih ke sistem serba digital, tentunya membuka banyak peluang baru tidak terkecuali peluang di bidang usaha. Bagi mereka yang ingin mendapatkan penghasilan tambahan, memulai bisnis online bisa menjadi salah satu pilihan terbaik dan adanya motivasi Ingin menjadi pedagang milenial walaupun tidak punya toko tapi bisa menjual, memperdayakan tempat produksi makanan/oleh-oleh di daerah saya, dan yang paling penting yaitu keinginan untuk memperkenalkan oleh-oleh/Makanan khas daerah.

## 2. Dampak yang dirasakan mahasiswa penjual online shop

Dengan menggunakan toko online ini, konsumen tidak perlu susah payah mengunjungi toko fisik untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Melalui smartphone, pembeli dapat melihat dan memeriksa barang yang dijual. Untuk melakukan transaksi, kedua pihak tidak perlu bertemu satu sama lain. Setelah pembeli memilih produk, mereka dapat membayarnya dengan kartu kredit atau bank, dan produk akan dikirim ke lokasi yang diinginkan pembeli. Namun ada dampak yang dirasakan para mahasiswa penjual online shop atau mahasiswa yang melakukan bisnis online ada dampak positif dan ada pula dampak negatif.

### ➤ Dampak Positif

Hal tersebut lebih jelas diungkapkan oleh Parida Syarifuddin bahwa:

“Bisa dapat cuan dengan di rumah saja dan tentunya bisa membuka lowongan kerja membantu org di sekitar. Costumer dan pengirimannya tidak terbatas dengan adanya gratis ongkir bisa kirim barang sampe ke pelosok-pelosok sekarang olshop kayak saya juga bisa lebih berkembang karna makin terbuka lebar kesempatan ekspor

barang ke pembeli luar negeri dengan mudah melalui internet saja jadi sekalian perkenalkan produk lokal“. (Makassar 27 September 2023).

Adapun dampak positif yang dirasakan dalam melakukan penjualan online shop diungkapkan oleh Nursyam Awaliyah

“Kalau dampak positifnya itu to bisa ka bertemu banyak orang apalagi kalau antar produk ka” (Makassar 27 September 2023).

Dari hasil wawancara diatas, dijelaskan bahwa dampak positif yang dirasakan mahasiswa Universitas negeri Makassar dalam menjalankan online shop dapat mendapat penghasilan walaupun hanya dirumah saja dan tentunya dapat membuka lapangan pekerjaan sehingga dapat membantu orang sekitar, kemudian customer dan pengirimannya tidak terbatas dengan adanya gratis ongkir bisa kirim barang sampe ke pelosok-pelosok sekarang olshop kayak saya juga bisa lebih berkembang karna makin terbuka lebar kesempatan ekspor barang ke pembeli luar negeri dengan mudah melalui internet saja jadi sekalian perkenalkan produk lokal selain itu dampak yang dirasakan dapat bertemu banyak orang apalagi ketika pelaku bisnis online shop mengantarkan produknya kepada pelanggan.

➤ Dampak Negatif

Dampak negatif yang dirasakan mahasiswa Universitas Negeri Makassar menjadi pedagang online shop seperti yang dijelaskan oleh Farida Syarifuddin yang mengatakan bahwa:

“Sering rugi karna olshop di marketplace via COD itu banyak yang cancel (retur) kita kena PHP. negatifnya juga itu kalo toko saya yang di sistem/aplikasi Shopee lagi error biasanya 2 bulan sekali , terus saya kena banyak pajak untuk jualan.” ( Makassar 27 September 2023).

Senada dengan yang dirasakan oleh Nursyam Awaliyah diungkapkan bahwa:

“Tapi kalau dampak negatif banyak pembeli yang kasih bodo-bodo ki atau kayak na tawar mi to terus tidak jadi na ambil yang paling negatifnya itu to kalau kayak ada yang mengatas namakan ki.” ( Makassar 27 September 2023).

Berbeda dengan yang dirasakan oleh diungkapkan M Hasdar Hatib bahwa:

“Untuk sejauh ini tidak ada dampak yang saya rasa karena kebetulan bisnis ku ini bisa di kerjakan kapan saja jadi kalau kecapean bisa istirahat kalau ada jadwal kuliah bisa di kesampingkan dulu bisnisnya nanti kalau selesai semua urusan baru kembali jalankan bisnisnya karena kebetulan bisnis yang saya jalani itu tidak ada target dan tutup point betul-betul kita yang bisa atur semuanya.” (27 September 2023).

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dampak negatif yang dirasakan mahasiswa universitas Negeri Makassar penjual online shop sering rugi karena online shope marketplace via COD itu banyak yang cancel ( retur) membeli suatu produk online namun setelah mereka membeli kemudian mereka membatalkan pesanannya dan paling negatifnya ketika ada yang mengatnamakan seseorang namun nyatanya orang tersebut tidak melakukan pemesanan sama skali.

## **PEMBAHASAN**

Online shop atau biasa disebut dengan penjualan online yang muncul karena seiring berkembangnya zaman dan merupakan model usaha dimana transaksi jual beli dilakukan secara online dimana pembeli bisa langsung memilih produk yang diinginkan secara online lewat gadget. Adanya online shop masyarakat tidak perlu keluar rumah untuk melakukan proses jual beli karena dapat dilakukan hanya dengan gadget dan koneksi internet.

Perkembangan teknologi informasi saat ini telah membuka banyak peluang bisnis baru. Kehidupan manusia di era digital ditandai dengan banyak kemudahan, salah satunya adalah kemampuan berkomunikasi dan berkomunikasi tanpa batasan ruang dan waktu. Belanja online telah menggantikan budaya belanja tradisional dan tradisional dimana penjual dan pembeli harus berkomunikasi dan bernegosiasi secara langsung, namun berkat belanja online, penjual dan pembeli dapat berkomunikasi tanpa tatap muka dan bernegosiasi melalui metode pembayaran yang berbeda(Widhianto, 2002).

Munculnya berbagai toko online yang menjual barang-barang seperti pakaian, elektronik, peralatan rumah tangga, kosmetik, makanan, dll. dapat mendorong orang untuk membeli secara online. Tak terkecuali pelajar masa kini karena tidak sekedar membeli barang karena kebutuhan, banyak toko online yang menampilkan iklan menarik dan menawarkan berbagai diskon untuk mendorong pelajar berbelanja online. Berbagai kemudahan yang ditawarkan toko online menghadirkan kemudahan dan kepuasan bagi pelanggan yang telah melakukan pembelian, sehingga dapat memotivasi pelanggan untuk melakukan pembelian selanjutnya(Penelitian et al., 2020)

Kegiatan belanja pelajar biasanya lebih ditujukan untuk memenuhi kebutuhan psikologisnya. Berbelanja adalah cara yang menyenangkan untuk membuat diri Anda bahagia. serta rasa penasaran siswa terhadap pakaian atau produk kecantikan yang sedang tren saat ini. Selain mengubah kebiasaan belanja masyarakat, budaya belanja tradisional menjadi budaya belanja online juga mengubah gaya hidup konsumen khususnya pelajar. Jika dulu orang berbelanja untuk memenuhi kebutuhan pokoknya, kini mereka berbelanja karena ingin mencoba hal baru. Bisnis online sangat populer dan dilakukan oleh orang-orang dari segala

lapisan masyarakat, baik sebagai pekerjaan utama maupun sebagai pekerjaan sampingan, seperti ibu rumah tangga, karyawan, mahasiswa, dan pelajar. Mereka bekerja untuk bisnis tersebut sepenuhnya.

Kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet, telah merevolusi cara orang berinteraksi satu sama lain di seluruh dunia. Akibatnya, bisnis online merupakan sebuah sistem bisnis yang marak di gunakan di era modern seperti saat ini sehingga dapat tumbuh dan berkembang pesat dengan cepat. Pendapat lain menyebutkan bahwa bisnis online merupakan sebuah usaha yang menjadikan internet sebagai langkah cerdas dalam melakukan strategi bisnis seperti promosi, jual beli, dan mengelola sumber daya yang diperlukan untuk beroperasi. Bisnis online yang marak terjadi di masyarakat juga terjadi di kalangan mahasiswa di lingkungan universitas. Untuk mendapatkan uang ekstra untuk memenuhi kebutuhan mereka, mereka memulai bisnis online sebagai pekerjaan sampingan (Anita & Rosana, n.d.)

Di Universitas Negeri Makassar sendiri masih banyak didapati mahasiswa yang menjalankan bisnis online, baik yang telah lama bergelut di bidang bisnis online ini maupun yang masih baru dan mencari pengalaman bisnis. Mereka yang masih baru mencoba peruntungan agar mendapatkan keuntungan karena sebelumnya melihat teman lainnya yang sudah cukup berhasil dalam bisnis online yang sedang dikerjakan, sedangkan mereka yang telah lama menjalankan bisnis online memiliki lebih banyak pengalaman dan pengetahuan tentang bagaimana menjalankan bisnis tersebut.

Rata-rata siswa menjalankan bisnis online secara part-time. Mereka melakukan bisnis ini sebagai hobi dan sebagai pekerjaan lainnya sehingga dapat mendapatkan uang tambahan yang dapat membantu menunjang kebutuhan harian mereka dan dapat meringankan beban orangtua. Mereka meluangkan waktu untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan yang sekedar bertanya atau yang memang serius untuk memesan. Mereka dalam melakukan bisnis online ini tidak hanya dapat dilakukan secara online tetapi juga secara langsung atau offline store, seperti pembayaran dan pemesanan secara langsung, membuka toko mereka di daerah yang mudah di jangkau seperti rumah atau di kos-kosan yang dapat dijadikan toko untuk memasarkan barang-barang jualan (Pratiwi, 2014)

Barang-barang yang umum dijual adalah pakaian, tas, sepatu, dan kosmetik. Pakaian yang ditawarkan oleh setiap mahasiswa berbeda-beda, seperti pakaian rajut, pakaian muslimah, dan pakaian sifon. Selain itu, tas dan sepatu yang ditawarkan juga berbeda-beda, seperti tas dan sepatu lokal dan import. termasuk baju, tas, sepatu, dompet, kosmetik, jam tangan, asesoris, kerudung, teh, susu, kartu perdana, lampu hias, dan handphone. Produk yang paling banyak dijual juga seperti produk kecantikan krim pemutih dan sabun pemutih. Mahasiswa yang menjalankan bisnis online melayani pelanggan dari berbagai kalangan, seperti karyawan yang mencari kosmetik, anak muda, sampai kalangan ibu-ibu.

Diharapkan pemilik bisnis yang menjalankan bisnis online agar dapat mempertahankan kepercayaan dan meyakinkan pelanggan atau calon pembeli. Selain itu, dalam menjalankan bisnis online tentunya tidak mudah karena membutuhkan waktu dan proses yang cukup lama, untuk mendapatkan banyak konsumen dan pelanggan memerlukan usaha maksimal dan giat bekerja. Dalam pengelolaan kesabaran dan ketekunan juga dibutuhkan dalam berbisnis online. Media juga tak kalah penting peranannya sebagai bagian dari kemajuan internet dimana dalam melakukan jualan online mahasiswa seharusnya dapat berkomunikasi dan mengelola media sosial, yang digunakan untuk berbisnis online, media sosial tersebut misalnya Facebook, Twitter, dan Instagram.

Dorongan yang berasal dari dalam diri seseorang yang timbul sebagai hasil dari niat untuk mengerjakan suatu pekerjaan seperti berbisnis online merupakan motivasi internal. Motivasi ini sangat berpengaruh terhadap kemajuan bisnis yang dilakukan, terlebih karena motivasi ini muncul dari dalam diri seseorang dan kemungkinan mereka untuk memperkuat tujuan yang telah mereka tentukan. Apapun yang terjadi tidak akan menghalangi mereka untuk mencapai tujuan mereka jika hal itu telah melekat dalam diri seseorang dengan kuat. Salah satu hal yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan bisnis online adalah pengaruh dari luar, seperti terinspirasi dari para pebisnis online yang sukses atau bahkan karena adanya ajakan dari teman walaupun bisnis online tentunya banyak mempunyai saingan, namun para pelaku bisnis dituntut untuk mampu meningkatkan kemampuannya dalam bersaing dengan bisnis lainnya

➤ **Motivasi mahasiswa menjadi pedagang online shop**

Motivasi mahasiswa penjual online shop di Universitas Negeri Makassar karena adanya keinginan untuk membantu orang tua selain itu karena bisnis online mereka mulai karena adanya keinginan untuk sukses melalui bisnis online sesuai dengan fashion yang mereka sukai. Saat ini dunia sudah beralih ke sistem serba digital, tentunya membuka banyak peluang baru tidak terkecuali peluang di bidang usaha. Bagi mereka yang ingin mendapatkan penghasilan tambahan, memulai bisnis online bisa menjadi salah satu pilihan terbaik. Motivasi untuk melakukan penjualan online ini

➤ **Dampak yang dirasakan mahasiswa penjual online shop**

Dengan menggunakan toko online ini, konsumen tidak perlu susah payah mengunjungi toko fisik untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Melalui smartphone, pembeli dapat melihat dan memeriksa barang yang dijual. Untuk melakukan transaksi, kedua pihak tidak perlu bertemu satu sama lain. Setelah pembeli memilih produk, mereka dapat membayarnya dengan kartu kredit atau bank, dan produk akan dikirim ke lokasi yang diinginkan pembeli.

Namun ada dampak yang dirasakan para mahasiswa penjual online shop atau mahasiswa yang melakukan bisnis online ada dampak positif dan ada pula dampak negatif

berdasarkan hasil wawancara dengan informan mahasiswa universitas negeri makassar yang melakukan penjualan online dampak negatifnya yaitu sering rugi karena online shope marketplace via COD itu banyak yang cancel ( retur) membeli suatu produk online namun setelah mereka membeli kemudian mereka membatalkan pesanannya dan paling negatifnya ketika ada yang mengatnamakan seseorang namun nyatanya orang tersebut tidak melakukan pemesanan sama skali.

Dampak positif yang dirasakan mahasiswa penjual online shop dapat menghasilkan uang sendiri, waktu lebih bermanfaat dan bisa bertemu dengan orang banyak ketika mengantarkan produknya kepada orang juga dapat memperkenalkan produknya hingga ke luar daerah.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan motivasi mahasiswa penjual online shop Universitas Negeri Makassar karena adanya keinginan untuk membantu orang tua, untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Dengan menggunakan online-shop ini, penjual membuat pelanggan tidak perlu susah payah pergi ke toko untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Untuk melakukan transaksi, kedua pihak tidak perlu bertemu satu sama lain. Setelah pembeli memilih produk, mereka dapat membayarnya dengan kartu kredit atau bank, dan produk akan dikirim ke lokasi yang diinginkan pembeli. Adapun dampak positif yang dirasakan mahasiswa penjual online shop dapat menghasilkan uang sendiri, waktu lebih bermanfaat dan bisa bertemu dengan orang banyak ketika mengantarkan produknya kepada orang juga dapat memperkenalkan produknya hingga ke luar daerah ada pula dampak negatif yang dirasakan oleh penjual online shop yaitu sering rugi karena online shope marketplace via COD itu banyak yang cancel (return).

### **DAFTAR PUSTAKA**

Aditya Pratama, D. (n.d.). *TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ONLINE DALAM PANDANGAN HUKUM ISLAM*.

Alviolita Kusuma Nusarika, L., & Made Purnami, N. (2015). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN, DAN ORIENTASI BELANJA TERHADAP NIAT BELI SECARA ONLINE (Studi pada Produk Fashion Online di Kota Denpasar)*. 4(8), 2380–2406.

Anita, O., & Rosana, S. (n.d.). *Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia*.

Firous deviyanti, L., Yani, I., Krisna, T., Hasanah, Z., & Anwar, D. (n.d.). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELANJA ONLINE MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON*.

Hafi, M., Maula, N., Diana, N., & Al Rasyid, H. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Di E-Commerce (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Pengguna Tokopedia Di Kota Malang). *Islamic Economic and Finance Journal*, 3(2).

Mananeke, L., Raintung, M., Jendry Paruntu, M., Mananeke, L., Ch Raintung, M., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (n.d.). *ANALYSIS OF PURCHASE DECISIONS AND USE OF SOCIAL MEDIA ON BUKALAPAK CUSTOMER SATISFACTION IN MANADO CITY* Oleh.

Penelitian, L., Bisnis, F., & Ekonomika, D. (2020). *ANALISIS PERILAKU BELANJA ONLINE MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA Program Studi Manajemen Program Diploma III*.

*PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN PENGGUNA, ORIENTASI MEREK, DAN ORIENTASI BELANJA TERHADAP NIAT BELI PADA BISNIS E-COMMERCE*. (n.d.).

Sandora, M. (n.d.). *PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BELANJA SECARA ONLINE*.

*SOFIA EKA WAHYU PRATIWI*. (n.d.).

Widhiyanto, C. W. (n.d.). *E-BUSINESS: TEKNOLOGI DAN PELUANG BISNIS DI INDONESIA*.  
<http://www.microsoft.com/>