



ISSN : 2339 - 1871

## JURNAL ILMIAH BETRIK

Besemah Teknologi Informasi dan Komputer

**Editor Office :** LPPM Sekolah Tinggi Teknologi Pagar Alam, Jln. Masik Siagim No. 75  
Simpang Mbacang, Pagar Alam, SUM-SEL, Indonesia  
Phone : +62 852-7901-1390.  
Email : [betrik@sttpagaralam.ac.id](mailto:betrik@sttpagaralam.ac.id) | [admin.jurnal@sttpagaralam.ac.id](mailto:admin.jurnal@sttpagaralam.ac.id)  
Website : <https://ejournal.sttpagaralam.ac.id/index.php/betrik/index>

# ANALISIS PENGARUH DESAIN TOKO SERBA SERBI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO BATAM OFFICIAL SHOP DI SHOPEE

Ryandy Sonata<sup>1</sup>, Muhamad Dody Firmansyah<sup>2</sup>

Program Studi Sistem Informasi Universitas Internasional Batam<sup>12</sup>

JL. Gajah Mada Baloi Permata, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau, 29442

Sur-el : 2031171.ryandy@uib.edu<sup>1</sup>, dody.firmansyah@uib.edu<sup>2</sup>

**Abstrak:** Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana desain toko dapat memengaruhi minat beli konsumen di platform Shopee, yang merupakan salah satu destinasi belanja online paling diminati di Indonesia. Permasalahan utama terfokus pada keberhasilan desain toko Batamofficialshop dalam menarik minat konsumen, sehingga penelitian ini menjadi relevan untuk membantu pemilik toko online dalam meningkatkan strategi pemasaran mereka. Dengan menggunakan kombinasi dua teknik pengumpulan data, yaitu kuesioner dan wawancara, penelitian ini menciptakan landasan metodologis yang kuat untuk menggali persepsi dan preferensi konsumen terhadap desain toko dan sejauh mana hal tersebut berdampak pada minat beli mereka. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan praktis kepada pembaca serta pemilik Batam official shop, memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih informasional dalam pengembangan desain toko mereka. Selain itu, penelitian ini juga berpotensi memberikan sumbangan terhadap literatur pemasaran e-commerce dengan memperluas pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen. Dengan fokus pada Shopee sebagai platform utama, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi berharga bagi pemangku kepentingan industri e-commerce di Indonesia, membantu mereka merumuskan strategi yang lebih berbasis data untuk meningkatkan daya tarik dan kepuasan konsumen.

**Kunci Utama:** E-Commerce; Shopee; Toko Serba Serbi

**Abstract :** *This research makes a significant contribution to understanding how store design can influence consumer purchasing interest on the Shopee platform, which is one of the most popular online shopping destinations in Indonesia. The main issue revolves around the success of the Batamofficialshop store design in attracting consumer interest, making this study relevant to assisting online store owners in enhancing their marketing strategies. By employing a combination of two data collection techniques, namely questionnaires and interviews, this research establishes a strong methodological foundation to explore consumer perceptions and preferences regarding store design and the extent to which it impacts their purchasing interest. The results of this study are expected to provide practical insights to readers and Batamofficialshop owners, enabling them to make more informed decisions in the development of their store designs. Furthermore, this research has the potential to contribute to e-commerce marketing literature by expanding the understanding of factors influencing consumer purchasing interest. With a focus on Shopee as the primary platform, the findings of this study can serve as a valuable reference for stakeholders in the e-commerce industry in Indonesia, helping them formulate data-driven strategies to enhance consumer attraction and satisfaction.*

**Keywords :** E-Commerce;Shopee; Sundries Store

## 1. PENDAHULUAN

Di era digitalisasi dan perkembangan zaman teknologi yang semakin maju dan modern ini telah memberi manfaat bagi banyak orang. Salah satu bentuk adanya perkembangan teknologi adalah kemudahan masyarakat dalam berbelanja secara online. Dimana masyarakat yang biasanya harus berbelanja secara langsung dengan tatap muka, sekarang masyarakat bisa berbelanja dengan mudah secara online melalui *e-commerce* tanpa harus mendatangi langsung ke toko penjual. Salah satu platform *e-commerce* yang banyak digunakan dan dikenal oleh kalangan masyarakat saat ini adalah Shopee. Shopee merupakan salah satu platform dimana masyarakat melakukan transaksi jual beli barang secara online. PT Shopee Internasional pertama kali rilis di Singapura dan telah berdiri sejak tanggal 5 Februari 2015, kemudian PT Shopee Internasional masuk ke Indonesia sejak tanggal 1 Desember 2015. Aplikasi shopee memberikan banyak manfaat dalam membantu masyarakat melakukan aktivitas jual beli barang atau produk secara online dengan mudah.

Shopee juga menyediakan jasa bagi para pengguna untuk melakukan pembayaran tagihan, pembelian pulsa, serta pembelian tiket transportasi dan akomodasi. Seiring berkembangnya teknologi dan persaingan kompetitor yang semakin kuat, Shopee mulai meluncurkan Shopee Food pada bulan April 2020 di Indonesia. Shopee Food merupakan salah satu fitur layanan atau jasa pesan antar makan yang ditambahkan didalam aplikasi Shopee. Peluncuran Shopee Food tidak hanya memudahkan para konsumen, tetapi juga telah membantu banyak pedagang UMKM di Indonesia.

Shopee merupakan salah satu platform belanja online yang paling menarik banyak minat pengguna di Indonesia. Hal ini dikarenakan adanya promo menarik yang diadakan Shopee serta adanya penawaran potongan harga

dan potongan ongkos kirim yang lebih besar dari kompetitor lainnya.

Shopee juga terdapat banyak sekali promo Shopee yang selalu adakan promo setiap bulannya seperti 3.3 hingga mensubsidi ongkir secara gratis. E-commerce sendiri merupakan sebuah platform jual beli online yang dapat diakses 24 jam oleh para pengguna dengan menggunakan *smartphone* ataupun perangkat lainnya.

Pada zaman sekarang Indonesia sudah memiliki berbagai macam aplikasi e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak dan Lazada. Aplikasi Shopee dan Tokopedia menduduki peringkat pertama dan kedua sebagai platform yang paling banyak di minati oleh orang.

Menurut Giyan A'yuni et al. (2021) menunjukkan bahwa pengguna *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 129,9 juta pengguna [1]. Untuk saat ini *e-commerce* di Indonesia berdominan ke *e-commerce* shopee yang mudah ditelusuri. Kehadiran teknologi informasi sangat membantu terhadap sebuah organisasi maupun individu dalam menyebarkan dan menerima informasi. Alasan masyarakat Indonesia berbelanja di Shopee adalah program *cashback* dan gratis ongkir yang ditawarkan oleh pihak Shopee selalu tersedia. Shopee merupakan aplikasi yang populer karena mendapatkan kunjungan terbanyak (Agung, Marta, and Christanti 2021) [2]. Dikarenakan pembayaran dalam *e-commerce* dilakukan dengan membayar ditempat atau transfer.

Dengan adanya *e-commerce* di era modern ini, kemudahan dalam berbelanja online dalam proses jual beli melalui internet atau biasa disebut pasar jual beli online. Hal ini ditunjukkan menggunakan adanya taraf penguduhan aplikasi shopee yang relatif besar sampai mencapai 50 juta unduhan, sedangkan pada Indonesia shopee sudah diunduh sebesar 18 juta kali oleh pengguna aktif lebih berdasarkan 60 juta orang, dan masih ada penjual aktif sebesar 750.000 (Zahrah, Mayasari, and Tayo 2022).[3]

Dalam studi yang dilakukan pada tanggal 22 Desember 2022 menggunakan google.form yang hasilnya Sebagian besar mahasiswa Manajemen STIE Indonesia Banjarmasin menggunakan aplikasi belanja online shopee untuk berbelanja dibandingkan aplikasi lain. Selain itu, shopee juga bekerja sama dengan berbagai berbagai logistic agar mengurangi biaya Pengiriman.

Hasil penelitian dari Iswiyanti (2021) menunjukkan transaksi jual beli online pada kaum perempuan memiliki presentasi lebih besar yaitu 55% dibandingkan laki laki dengan presentasi 45%. Produk yang diminati oleh mahasiswa fashion sebesar 30% kemudian diikuti dengan Skincare, Makeup, dan fashion sebesar 24%, Elektronik sebesar 13%, Aksesoris sebesar 11%, Skincare sebesar 9%, Makeup sebesar 6%, Peralatan rumah Tangga dan Makanan sebesar 3% dan Alat tulis 1%.

Shopee juga menawarkan jaminan 100% original pada toko yang diverifikasi oleh shopee. Shopee juga menjamin barang yang dibeli jika tidak original maka dana akan dikembalikan secara penuh oleh pihak shopee. Hal ini memberi rasa nyaman saat berbelanja di shopee. [7]

Menurut hasil penelitian dari Giyan A'yuni et al. (2021) menunjukkan user interface aplikasi shopee memiliki pengaruh yang signifikan sebesar 41,6% dan 58,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Batamofficialshop merupakan toko serba serbi yang ada di e-commerce shopee yang dimana menjual barang-barang kecil yang di impor dari China. Desain yang digunakan oleh toko Batamofficialshop sudah termasuk bagus untuk di e-commerce shopee tetapi untuk minat beli dalam toko tersebut masih terhitung kecil. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis tentang **Pengaruh Desain Toko Serba Serbi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Batamofficialshop**.

Tujuan dalam penelitian ini untuk menganalisis pengaruh suatu desain pada

toko Batamofficialshop untuk menarik minat beli konsumen.

Desain merupakan upaya perencanaan atau perancangan yang dilakukan sebelum pembuatan suatu objek, sistem, komponen, atau struktur, bertujuan untuk memastikan bahwa hasil akhir memiliki nilai dan fungsi yang bermanfaat bagi pengguna. (Zen, Namira, and Rahayu 2022) [6]

Pada umumnya, desain dapat diartikan sebagai suatu kegiatan perencanaan atau perancangan sebelum dilakukannya membuat suatu objek, sistem, komponen serta struktur. Perencanaan atau perancangan ini berguna agar objek atau sistem yang diciptakan memiliki nilai serta fungsi yang dapat berguna untuk pengguna.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Alur Penelitian



Gambar 1. Alur Penelitian

Penelitian ini dimulai dengan melakukan sebuah tinjauan Pustaka yang bertujuan untuk meninjau referensi judul penelitian yang sedang diteliti. Bahan referensi yang telah dikaji digunakan untuk menganalisis dan menafsirkan permasalahan yang telah ditransformasikan dalam rumusan masalah. Selanjutnya adalah pembuatan kuisiner. Pembuatan kuisiner menggunakan google form yang bisa di akses oleh semua orang. Setelah membuat

kuisisioner, maka selanjutnya adalah menyebarkan kuisisioner tersebut ke beberapa aplikasi contohnya seperti whatsapp, telegram, dan lain-lain. Setelah mendapatkan hasil kuisisionernya, selanjutnya adalah menganalisis data tersebut menggunakan aplikasi SPSS. Terakhir akan didapatkan laporan hasil dari SPSS.

## 2.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan 2 teknik pengumpulan data berupa kuisisioner dan wawancara. Kuisisioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden dengan tujuan memperoleh informasi tentang topik yang diketahui. Banyak penelitian tentang kepuasan pelanggan umumnya menggunakan kuisisioner sebagai alat untuk mengumpulkan informasi langsung dari pelanggan yang bersangkutan (Kesumawati and Hendry 2022). [4] Sedangkan Salah satu pengumpulan dan pencatatan data teknik, informasi, atau pendapat adalah wawancara, yang melibatkan percakapan atau tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung. Wawancara merupakan percakapan yang memiliki maksud tertentu dan melibatkan dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban terhadap pertanyaan tersebut (FAUZI 2021). [5]

Dalam pengumpulan data dengan wawancara menggunakan metode penelitian. Wawancara dilakukan dengan menanyakan beberapa pertanyaan kepada masyarakat di Batam. Penelitian selanjutnya yaitu dengan metode kuantitatif yaitu membagikan kuisisioner yang terdiri dari 10 pertanyaan yaitu 5 pertanyaan desain toko dan 5 pertanyaan minat beli konsumen:

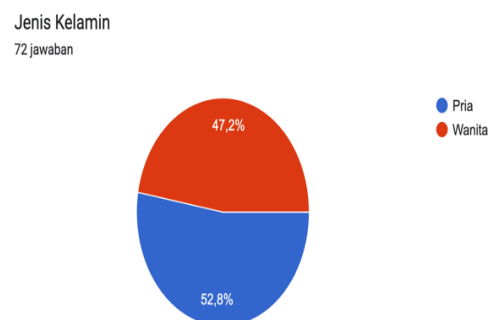
Untuk pertanyaan desain toko adalah:

- Apakah ada sering melihat desain toko di shopee
- Desain Toko BatamOfficialShop di Shopee menarik perhatian saya
- Desain toko memberikan kesan profesional dan terpercaya
- Saya merasa desain toko mencerminkan kualitas produk yang ditawarkan oleh BatamOfficialShop
- Apakah Anda merasa desain toko memudahkan Anda untuk menemukan produk yang Anda cari?

Sedangkan untuk pertanyaan minat beli konsumen adalah:

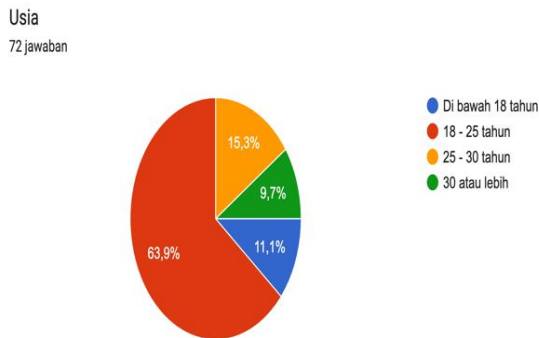
- Saya merasa tertarik untuk membeli produk dari BatamOfficialShop setelah melihat desain toko mereka.
- Desain toko mempengaruhi keputusan saya untuk berbelanja di BatamOfficialShop
- Saya lebih mungkin membeli produk dari BatamOfficialShop karena desain toko mereka
- Saya lebih mungkin membeli produk dari BatamOfficialShop karena desain toko mereka
- Desain toko memberikan kepercayaan pada produk yang ditawarkan oleh BatamOfficialShop

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN



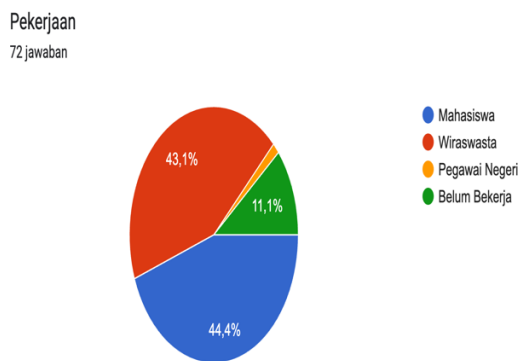
Gambar 2. Grafik Data Responden Jenis Kelamin

Dari data responden yang telah dikumpulkan melalui kuesioner terdapat 47,2% wanita dan 52,8% pria.



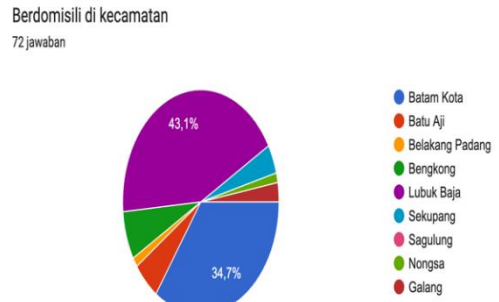
**Gambar 3. Grafik Data Responden Usia**

Dari data responden yang telah dikumpulkan melalui kuesioner terdapat 11,1% berumur di bawah 18 tahun, 63,9% berumur 18 - 25 tahun, 15,3% berumur 25 – 30 tahun, dan 9,7% berumur 30 atau lebih.



**Gambar 4. Grafik Data Responden Pekerjaan**

Dari data responden yang telah dikumpulkan melalui kuesioner terdapat 44,4% dari Mahasiswa, 43,1% dari Wiraswasta, 11,1% dari Belum bekerja dan 1,4% dari Pegawai negeri.



**Gambar 5. Grafik Data Responden di Kecamatan**

Dari data responden yang telah dikumpulkan melalui kuesioner terdapat 34,7% dari batam kota, 43,1% dari lubuk baja, 5,6% dari Batu aji, 1,4% dari Belakang padang, 6,9% dari Bengkong, 4,2% dari Sekupang, 1,4% dari Nongsa, dan 2,8% dari Galang.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.935	1.054		.887	.379	
	D	.934	.050	.932	18.832	.000	1.000 1.000

a. Dependent Variable: MB

**Gambar 6. Nilai Confidence**

Berdasarkan batas nilai 0,05, karena nilai sig 0,000 yang dimana lebih kecil daripada batas nilai yaitu 0,05 maka hasil uji t menyatakan bahwa desain pada toko serbaserbi berpengaruh sangat signifikan terhadap minat beli konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif penulis mengumpulkan data sebanyak 3 responden yang telah di wawancarai penulis melampirkan beberapa pertanyaan kepada responden-responden tersebut :

1. Apakah ada sering melihat desain toko dishopee

2. Desain Toko BatamOfficialShop di Shopee menarik perhatian saya
3. Desain toko memberikan kesan profesional dan terpercaya
4. Saya merasa desain toko mencerminkan kualitas produk yang ditawarkan oleh BatamOfficialShop
5. Apakah Anda merasa desain toko memudahkan Anda untuk menemukan produk yang Anda cari?
6. Saya merasa tertarik untuk membeli produk dari BatamOfficialShop setelah melihat desain toko mereka.
7. Desain toko mempengaruhi keputusan saya untuk berbelanja di BatamOfficialShop
8. Saya lebih mungkin membeli produk dari BatamOfficialShop karena desain toko mereka
9. Saya lebih mungkin membeli produk dari BatamOfficialShop karena desain toko mereka
10. Desain toko memberikan kepercayaan pada produk yang ditawarkan oleh BatamOfficialShop

- Responden 3
  1. Sangat setuju
  2. Sangat setuju
  3. Setuju
  4. Setuju
  5. Sangat setuju
  6. Setuju
  7. Setuju
  8. Netral
  9. Setuju
  10. Setuju

Dengan jawaban dari masing-masing responden :

- Responden 1
  1. Sering
  2. Netral
  3. Setuju
  4. Setuju
  5. Sangat setuju
  6. Setuju
  7. Netral
  8. Setuju
  9. Setuju
  10. Sangat setuju
- Responden 2
  1. Setuju
  2. Sangat setuju

Metode penelitian kuantitatif melibatkan pendekatan penelitian yang didominasi oleh penggunaan data berupa angka-angka yang dikumpulkan dengan teknik yang telah ditentukan, yang umumnya diterapkan dalam proses pengumpulan informasi di lapangan. (Djollong 2019) [8]

Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang berusaha untuk memahami realitas melalui proses berpikir induktif. Dalam konteks penelitian ini, peneliti terlibat dalam situasi dan setting fenomena yang sedang diselidiki, dengan harapan bahwa peneliti akan selalu fokus pada pemahaman terhadap realitas tersebut (Adlini et al. 2022). [9]

#### 4. SIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa desain toko Serbaserbi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen pada Toko Batamofficialshop di platform Shopee. Ini berarti bahwa faktor-faktor terkait dengan tampilan, navigasi, dan estetika toko online memiliki dampak positif pada keinginan konsumen untuk membeli produk dari toko tersebut. Dalam konteks penelitian ini, desain toko Serbaserbi mencakup elemen-elemen seperti tata letak produk, gambar produk, deskripsi produk,

serta tampilan keseluruhan toko. Konsumen cenderung lebih tertarik untuk berbelanja di toko yang memiliki desain menarik dan informatif.

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Giyan A'yuni, Shafa, Dhety Chusumastuti, Sekolah Tinggi, Multi Media, " Mmtc, And " Yogyakarta. 2021. "Pengaruh User Interface Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Masyarakat The Effect Of User Interface Of Shopee Application To People's Buying Interest." *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunika* 5: 49–58.
- [2] Agung, Halim, Rustono Farady Marta, And Christanti Christanti. 2021. "Dampak Strategi Pemasaran Digital Shopee Terhadap Pembelian Impulsif Produk Kesehatan Selama Pandemi Di Indonesia." *Communication* 12 (2): 122–31.  
<https://doi.org/10.36080/comm.v12i2.1500>.
- [3] Zahrah, Alike, Mayasari Mayasari, And Yanti Tayo. 2022. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif." *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 6 (2): 3637–43.  
<https://doi.org/10.58258/jisip.v6i2.2887>.
- [4] Kesumawati, Ramadini, And Hendry Hendry. 2022. "Analisis Kepuasan Nasabah Menggunakan Metode Service Quality Dan Customer Satisfaction Index." *Building Of Informatics, Technology And Science (BITS)* 4 (1):88–95.  
<https://doi.org/10.47065/bits.v4i1.1557>.
- [5] Fauzi, Sis Nur Muhammad. 2021. "Penerapan Metode Mengubah Teks Wawancara Menjadi Karangan Narasi Untuk Meningkatkan Kemampuan Berbahasa Inggris Siswa Kelas Viii A Mts Negeri 2 Purbalingga Semester Gasal Tahun Pelajaran 2019/2020." *Language : Jurnal Inovasi Pendidikan Bahasa Dan Sastra* 1 (1): 1–13.  
<https://doi.org/10.51878/language.v1i1.354>.
- [6] Zen, Camelia Evionita, Shofia Namira, And Tri Rahayu. 2022. "Rancang Ulang Desain UI (User Interface) Company Profile Berbasis Website Menggunakan Metode UCD (User Centered Design)." *Seminar Nasional Mahasiswa Ilmu Komputer Dan Aplikasinya (SENAMIKA)*, No. April: 17–26.
- [7] Iswiyanti, Agus Sri. 2021. "Analisis Tingkat Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa Universitas Gunadarma." *Jurnal Inovasi Penelitian (Jip)* 2 (2): 391–96.
- [8] Djollong, Andi Fitriani. 2019. "Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (Technique Of Quantitative Research)." *Istiqra' : Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam* 2 (1): 86–100.  
<https://jurnal.umpar.ac.id/index.php/istiqra/article/view/224>.
- [9] Adlini, Miza Nina, Anisya Hanifa Dinda, Sarah Yulinda, Octavia Chotimah, And Sauda Julia Merliyana. 2022. "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka." *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 6 (1): 974–80.  
<https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>.
- [10] Zen, Camelia Evionita, Shofia Namira, And Tri Rahayu. 2022. "Rancang Ulang Desain UI (User Interface) Company Profile Berbasis Website Menggunakan Metode UCD (User Centered Design)." *Seminar Nasional Mahasiswa Ilmu Komputer Dan Aplikasinya (SENAMIKA)* 3 (1): 17–26.
- [11] Firmansyah, Muhamad Dody, And Christian Christian. 2022. "Pengembangan Dan Implementasi Desain UI/UX Website Sistem Laporan Keuangan Di SMK Multistudi High School Batam Menggunakan Kerangka Kerja Agile Scrum." *National Conference For Community Service Project (Nacospro)* 4 (1): 1242–52.  
<http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro>.