



**ANALISIS PENGARUH HARBOLNAS (Hari Belanja Online Nasional) PROGRAM SUBSIDI ONGKIR DAN PAY LETTER TERHADAP MINAT BELANJA KONSUMEN DI E-COMMERCE
(Studi Kasus Kelurahan Lau Cih Medan Tuntungan)**

Lestari Sihite¹, Helmina Simanjuntak²
Politeknik Unggulan Cipta Mandiri¹
Universitas Asahan²
[lestarisihite@gmail.com¹](mailto:lestarisihite@gmail.com)

Abstrak

Harbolnas, Program subsidi ongkir dan Pay Letter merupakan tiga faktor yang cukup diminati oleh para pecinta diskon di e-commerce. Ketiga diskon ini dianggap mampu meningkatkan minat berbelanja di e-commerce ditengah maraknya pembelian secara on-line. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harbolnas (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat belanja, Program Subsidi Ongkir (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat belanja dan pay letter (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat belanja di e-commerce studi kasus Kelurahan Lau Cih Kecamatan Medan Tuntungan.

Kata kunci. Harbolnas, Pengiriman dan Surat Pembayaran Medan Tuntungan

Abstract

Harbolnas, postage subsidy program and pay letter are three factors that are of interest to fans of discounts in e-commerce. these three discounts are considered capable of increasing shopping interest in e-commerce amidst the rise in online purchases. This research show that harbolnas (X1) has not significant effect on shopping interest, the Subsidi Ongkir (X2) has a significant effect on shopping interest, and pay letter (X3) has a significant effect on shopping interest in e-commerce, case study Lau Cih Village, Medan Tuntungan District.

Keywords. Harbolnas, Ongkir dan Pay Letter Medan Tuntungan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang sudah maju membuat banyak kemudahan dalam peradapan manusia, baik dalam Pendidikan, Kesehatan, keuangan, transportasi dan bisnis. Selain bidang pekerjaan revolusi 5.0 membuat pekerjaan semakin dimudahkan, perkembangan teknologi semakin terus meningkatkan



otomtisasi dalam industry dan penggabungan antara teknologi dan manusia. Revolusi ini bertujuan untuk menciptakan sistem produksi yang lebih adaptif terhadap perubahan permintaan pasar, lebih fokus kepada pengalaman pelanggan, serta pengoptimalkan pemanfaatan sumber daya alam yang terbatas.

Pengalaman pelanggan dalam dunia bisnis menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan, pada jaman sekarang ini. Jual beli online sudah hal biasa di jaman sekarang pengalaman pelanggan menjadi salah satu tolak ukur untuk calon pembeli sebagai bahan pertimbangan. Sejak digaungkannya Harbolnas penjualan dalam *e-commerce* 12-12 tingkat penjualan dalam *e-commerce* meningkat setiap bulan. Harbolnas adalah program diskon belanja online yang potongannya cukup besar, subsidi ongkir adalah program pengurangan harga ongkos belanja karena belanja di *e-commerce* dan *pay letter* adalah program pembayaran yang dapat dicicil beberapa kali yang dibuat oleh beberapa *e-commerce*.

Harbolnas, subsidi ongkir dan *pay letter* menjadi hal yang cukup diperhitungkan oleh konsumen. Kelurahan Lau Cih merupakan daerah yang berada dikecamatan Medan Tuntungan yang merupakan salah satu kelurahan yang cukup aktif dalam berbelanja online dan Medan merupakan salah satu provinsi yang tingkat pembelian onlinenya cukup besar. Berbagai kemudahan yang diberikan ini mendorong minat pembelian sehingga memunculkan faktor *perceived enjoyment*. *Perceived enjoyment* adalah persepsi konsumen terhadap kesenangan atau didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan individu yang menggunakan teknologi baru akan lebih memuaskan. Hal ini mempunyai pengaruh kuat pada niat perilaku pada adopsi teknologi informasi.

E-commerce

E-commerce adalah penjualan barang atau jasa secara elektronik melalui internet. E-commerce adalah tempat pertemuan transaksi barang dan jasa antara pembeli dan penjualan melalui dunia maya. Berbagai sektor industri sudah banyak



menerapkan penggunaan *E-Commerce* ini, berikut adalah beberapa sektor industri yang sudah menerapkan *e-commerce* dalam aktivitasnya;

- a. *Financial Services*, Termasuk *mobile banking*
- b. Telekomunikasi, dimana pembayaran tagihannya bisa dilakukan dalam satu alat yang sama yaitu *mobile phone*.
- c. Layanan/ritel, konsumen diberikan kemampuan untuk menempatkan dan membayar pesanan *On-the-fly*.
- d. Layanan informasi, termasuk entertainment, berita finansial, olah raga dan *update traffic* yang dikirim ke *mobile phone*.

Belanja Online

Belanja *online* adalah transaksi jual beli barang atau jasa yang dilakukan oleh pembeli kepada penjual tanpa harus bertatap muka. *Online shopping* atau belanja *online* adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual beli secara *online* tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pembeli secara langsung (Sari, 2015).

Belanja *online* (*online shopping*) adalah proses dimana konsumen langsung membeli barang atau jasa dan lain-lain dari seorang penjual secara interaktif dan *real-time* tanpa suatu media perantara melalui internet (Mujiyana & Elisa, 2013).

Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas).

Harbolnas adalah singkatan dari Hari Belanja *Online* Nasional. Acara ini pertama kali diadakan pada 12 Desember 2012 oleh tujuh website *E-Commerce* Indonesia. Salah satu tujuan utama diadakannya Harbolnas adalah untuk memperkenalkan *online shopping* dan *E-Commerce* ke masyarakat Indonesia serta memajukan industri *E-Commerce* di Indonesia. Harbolnas dianggap sebagai *event* yang menguntungkan bagi pelaku bisnis dan konsumen dalam aktivitas belanja *online*.

Subsidi Ongkos Kirim

Menurut Himayati (2008:34), Ongkos kirim adalah biaya pengiriman barang atau jasa yang ditarik penjual dari pelanggan selama proses jual beli.



Pembeli akan membayarkan harga barang yang dibeli, dan setelah terjadi kesepakatan maka penjual akan memproses transaksi yang telah disepakati. Istilah inilah biasa disebut ongkos kirim atau ongkir.

Promo ongkos kirim atau diskon ongkos kirim sangat membantu konsumen dijamin sekarang, tidak sedikit konsumen membatalkan niat belanjanya karena biaya ongkos kirim yang ditanggungnya.

Pay Letter

Pay Letter adalah suatu layanan dalam pembiayaan yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian tanpa membayar secara langsung. Dimana pembayarannya dapat dilakukan dalam jangka waktu yang tertentu. *Payletter* pada dasarnya adalah suatu layanan untuk menunda atau berhutang wajib dimana pembayarannya dapat dilunasi di kemudian hari. *Payletter* dianggap sangat membantu, tapi tanpa kita sadari *payletter* memiliki biaya apabila kita terlambat membayar.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah 5 platform teratas aplikasi belanja online e-commerce yang paling diminati di Indonesia (Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak dan Blibli). Sampel dalam penelitian adalah 100 orang pengguna salah satu aplikasi e-commerce di Kelurahan Lau Chi dan pernah berbelanja online pada saat harbolnas lebih dari 1 kali. Kriteria sampel adalah pengguna salah satu aplikasi e-commerce (Shopee, Lazada, Bukalapak, Tokopedia dan Blibli) yang berusia diatas 20 Tahun sampai 55 tahun yang memiliki pendapatan.

Instrument penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi kuantitatif tentang variabel yang sedang diteliti. Peneliti memperoleh data dengan membagikan secara langsung kuesioner kepada responden. Instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan *skala likert*.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness dengan menggunakan hasil output spss 23.

Hasil Regresi Linear Berganda

Hasil regresi digunakan untuk tujuan peramalan, dimana dalam model tersebut ada sebuah variabel dependen dan variabel independent. Model regresi berganda dalam penelitian digunakan untuk menyatakan hubungan fungsional antara variabel bebas atau variabel terikat.

Tabel.1 Hasil Pengujian Multikolonieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.271	2.312		4.486	.000		
	Harbolnas (X1)	.160	.085	.169	1.910	.059	.951	1.051
	Program Subsidi Ongkir (X2)	.365	0.62	.450	5.101	.000	.951	1.051
	Payletter (X3)	.201	.052	.461	5.210	.000	.951	1.051

a. Dependent Variable: Minat Belanja (Y)

Sumber : Data Olahan SPSS 23 tahun 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 10.271 + 0.160X_1 + 0.365X_2 + 0.201X_3$$

Keterangan:

Nilai konstanta sebesar 10.271 ini menunjukkan tingkat konstanta, dimana jika variabel Harbolnas, Program Program Subsidi Ongkir dan Payletter adalah 0 (nol), maka variabel Minat belanja Konsumen *E-commerce* di kelurahan Lau Cih



tetap sebesar 10.271 atau tidak berubah. Koefisien regresi variabel Harbolnas (X_1) sebesar 0,160 menunjukkan bahwa jika variabel Harbolnas (X_1) naik 1 satuan maka variabel Minat belanja Konsumen *E-commerce* di kelurahan Lau Cih (Y) meningkat sebesar 0,160, *ceterisparibus*. Koefisien regresi variabel Program Subsidi Ongkir (X_2) sebesar 0,365 menunjukkan bahwa jika variabel Program subsidi Ongkir (X_2) naik 1 satuan maka variabel Minat belanja Konsumen *E-commerce* di kelurahan Lau cih (Y) meningkat sebesar 0,365, *ceterisparibus*. Koefisien regresi variabel Payletter (X_3) sebesar 0,201 menunjukkan bahwa jika variabel Program subsidi Ongkir (X_3) naik 1 satuan maka variabel Minat belanja Konsumen *E-commerce* di kelurahan Lau cih (Y) meningkat sebesar 0,201, *ceterisparibus*.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinan (Uji R^2) bertujuan untuk mengukur sejauh mana variable independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil mengandung arti bahwa kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen yang sangat terbatas.

Tabel. 2 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.586 ^a	.367	.252	1.818

a. Predictors: (Constant), Payletter (X_3), Program Subsidi Ongkir (X_2), Harbolnas (X_1)

Nilai *Adjusted R Square* (*Adjusted R^2*) sebesar 0,367 atau 36,7% yang berarti bahwa kemampuan variabel Harbolnas, Program Subsidi Ongkir dan Payletter dalam menjelaskan variabel Minat Belanja sebesar 36,7%. Sedangkan sisanya 63,3% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Pengaruh Simultan (Uji F)



Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara Bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Uji statistik F dalam penelitian ini menggunakan tingkat sigifikansi atau tingkat kepercayaan sebesar 0.05

Tabel. 3 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	128.915	3	61.958	18.547	.000 ^a
	Residual	324.045	97	3.341		
	Total	447.960	99			

a. Dependent Variable: Minat Belanja (Y)

b. Predictors: (Constant), Payletter (X3), Program Subsidi Ongkir (X2), Harbolnas (X1)

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat nilai df pembilang = 3, df penyebut 97 dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,09. Dimana nilai F_{hitung} adalah sebesar 18,547. Sehingga diperoleh hasil ($F_{hitung} = 18,547 > (F_{tabel} = 3,09)$ dan (nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, H_a diterima, yang berarti Variabel Harbolnas, Program Subsidi Ongkir dan Payletter secara simultan berpengaruh terhadap Minat Belanja Costomer di *E-Commerce* di Kelurahan Lau Cih Medan Tuntungan.

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (*t test*) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent. Uji parsial dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0.05.

Tabel. 4 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.271	2.312		4.486	.000
	Harga Harbolnas (X1)	.160	.085	.169	1.910	.059
	Program Subsidi Ongkir (X2)	.375	.072	.462	5.219	.000
	Payletter (X3)	.201	.052	.461	5.210	.000

a. Dependent Variable: Minat Belanja (Y)



Berdasarkan Tabel dapat dilihat nilai df adalah 97 ($n-k-1$), dimana nilai n adalah jumlah data dan nilai k adalah jumlah variabel ($100-3-1$), sehingga dapat diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,984.

Pengaruh Harga Harbolnas terhadap Minat Belanja

Berdasarkan Tabel dapat dilihat bahwa variabel Harbolnas memiliki ($t_{hitung} = 1,910$) < ($t_{tabel} = 1,984$) dan (nilai signifikansi 0,059) > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Harbolnas tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Belanja Customer di E-Commerce.

Pengaruh Program Subsidi Ongkir terhadap Minat Belanja

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat dilihat bahwa variabel Program Subsidi Ongkir memiliki ($t_{hitung} = 5.219$) > ($t_{tabel} = 1,984$) dan (nilai signifikansi 0,000) < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Program Subsidi Ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Belanja Konsumen di *E-Commerce*.

Pengaruh Payletter terhadap Minat Belanja

Berdasarkan Tabel dapat dilihat bahwa variabel Payletter memiliki ($t_{hitung} = 5.210$) > ($t_{tabel} = 1,984$) dan (nilai signifikansi 0,000) < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Payletter berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Belanja Konsumen di *E-Commerce*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

Variabel Harbolnas (X_1) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel Minat Belanja di e-commerce (Y) dikelurahan Lau Cih Medan Tuntungan. Variabel Program subsidi Ongkir (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Belanja di e-commerce (Y) dikelurahan Lau Cih Medan Tuntungan. Variabel *Pay Letter* (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Belanja di e-commerce (Y) dikelurahan Lau Cih Medan Tuntungan. Hasil Pengujian Simultan menunjukkan bahwa Variabel



(X_1) Harbolnas, Program Subsidi Ongkir (X_2) dan *Pay Letter* (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Minat Belanja Konsumen (Y) di *E-Commerce* di Kelurahan Lau Cih Medan Tuntungan.

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi 2 diketahui bahwa nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,367 atau 36,7% yang berarti bahwa kemampuan variabel Harbolnas (X_1), Program Subsidi Ongkir (X_2) dan *Pay Letter* (X_3) dalam menjelaskan variabel Minat Belanja (Y) sebesar 36,7%. Sedangkan sisanya 63,6% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2019. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta Rineka Cipta.
- Astuti, Sita Dewi. 2022. *Pengaruh diskon dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee*.
- Badan Pusat Statistik. Kota Medan Dalam Angka 2023. Sumatera Utara: BPS Sumatera Utara.
- Badan Pusat Statistik. Kota Medan Dalam Angka 2024. Sumatera Utara: BPS Sumatera Utara.
- Gadarsi, Juwita, 2021. *Pengaruh Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Dan Voucher Gratis Ongkir Terhadap Tingkat Pembelian Di Online Market Place Shopee Kota Tangerang*. *Ekonomi Bisnis* Vol.27 No.2.
- Ghozali, Imam. 2019. *Aplikasi Analisis Multivariete*. Semarang: Pustaka baru Pres.
- Husnadhini, Rifat. 2023. *Analisis Sales Promotion Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) Terhadap Impulse Buying Dengan Hedonic Shopping Motivation Sebagai Variabel Mediasi*. (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Malang.
- Istiqomah, Mira. 2020. *Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion*. *Jurnal Manajemn* Volume 12.
- Kholiq, Ilham. 2022. *Pengaruh Penerapan Harga Diskon Harbolnas dan Perceived Enjoyment Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Pada E-MarketPlace Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. (skripsi). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Lestari, Lina Dwi. 2021. *Pengaruh Penomina Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Pada E-commerce Shopee Melalui Diskon Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*.
- Mege, Stacia Reviany Dkk. 2021. *Sistem Logistik Bisnis E-commerce Di Era*



- New Normal. Surabaya CV.Jakad Media Publishing.
- Marlin, Khairun Dkk.2023. Pengaruh Layanan COD dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli konsumen Pada e-commerce Shopee. Jurnal Mabis.
- Pratiwi, Lin Emy. 2021. Konsep Payletter Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. Vol.7 No.1.Ratnaningsih, Yunita Ramadhani. 2022. Pengaruh Fomo, Kesenangan Berbelanja Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Di E-commerce Shopee Pada Waktu Harbolnas. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis.Vol.11 No.3.
- Reddyson. 2022. Pengaruh Fitur Payletter Terhadap Sifat Belanja Yang Komsumtif Pada Remaja di Kota Batam. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis
- Sari, Rahmatika. 2021. Pengaruh Penggunaan Payletter Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-commerce di Indonesia. Jurnal Riset Bisnis dan Investasi Vol. 7, No. 1.
- Sugiono.2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D: Bandung. Alfabeta.
- Silaban, Barani. 2024. Analisis Pengaruh Harbolnas dan Program Subsidi Ongkir Terhadap Minat Belanja Konsumen di E-Commerce. (Skripsi). Universitas Quality Medan
- Qadarsih, juwita 2021. Pengaruh Harbolnas dan Voucher Gratis Ongkir Terhadap tingkat Pembelian di Online Market Place Shopee Kota Tangerang. Jurnal Ekonomi Bisnis Vol. 27 No.2.
- Yasin, Rizky Nur. 2023. Pengaruh Penggunaan Layanan Payletter Terhadap Perilaku Impulsif Mahasiswa Pengguna E-commerce di Jawa Barat. Jurnal administrasi Bisnis. Vol.2 No.2.
- Yuniarti, Yenny. 2021. Faktor Yang Pengaruhi Impulse Buying Konsumen Saat Momen Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas). Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan Vol.10 No.01.