

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI JAMINAN KEAMANAN DALAM TRANSAKSI DENGAN MENGUNAKAN SISTEM *E-COMMERCE* PADA BAJIKI STORE MAKASSAR

**Mariah*)
Rahmat Kurniady*)**

***Abstract :** The purpose of this study is to determine what factors affect the security of transactions using the E-commerce system at Bajiki Store Makassar. The location of the study was conducted at Bajiki Store Makassar where the population in this study is all Bajiki Store Makassar consumers who have purchased their products or services based on data obtained from Bajiki Store Makassar through E-commerce system. Based on the results of the analysis of the data collected, it can be concluded: From the results of data processing using SPSS, it can be concluded that Firewall, NFC, and PIN affect transaction security guarantee*

***Keywords:** E-commerce, Security transaction*

PENDAHULUAN

Pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan telah mengantarkan manusia memasuki satu era kehidupan yang baru. Sebuah era kehidupan yang memanjakan manusia dengan berbagai kemudahan-kemudahan dalam melakukan aktivitas kesehariannya melalui penemuan-penemuan yang begitu mutakhir. Semua capaian tersebut tidak serta merta hadir begitu saja, melainkan melalui sebuah proses yang begitu panjang dari usaha manusia dalam mengembangkan ilmu pengetahuan. Derasnya arus perkembangan ilmu pengetahuan tersebut juga telah bermuara pada kemajuan teknologi.

Kemajuan teknologi dewasa ini juga telah memberikan satu embrio baru bagi manusia dalam beberapa aspek kehidupannya. Salah satu hal yang dapat kita lihat adalah kemudahan untuk berkomunikasi serta mengakses sebuah informasi. Capaian tersebut memungkinkan manusia untuk membangun komunikasi dan berbagi informasi dari dua kutub belahan dunia yang berbeda. Kedua hal

tersebut bahkan bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja. Sebuah transformasi kehidupan yang membuat manusia mampu mereduksi jarak dengan teknologi. Kemudahan tersebut juga tak pelak turut merambah fragmen kehidupan manusia dalam menjalankan dunia usaha dan bisnis sebagai upaya memenuhi kebutuhannya.

Internet sebagai salah satu buah manis dari kemajuan teknologi hari ini juga turut melahirkan sebuah sistem perdagangan yang baru. Internet hadir dengan menawarkan sebuah kemudahan bagi para pelaku usaha dalam melaksanakan proses transaksi yang efektif dan efisien. Pada era sebelum kehadiran internet para produsen harus bertemu langsung dengan konsumen untuk melakukan transaksi. Proses ini tentu saja juga dibatasi oleh waktu. Hadirnya internet kemudian melahirkan solusi terhadap permasalahan-permasalahan tersebut.

Bagi para penggiat usaha seperti perusahaan, pemanfaatan internet sebagai sarana pemasaran produk dan

jasanya jauh lebih murah dan terjangkau. Melalui sarana internet para penggiat usaha tidak mesti memiliki lahan yang luas serta mempekerjakan karyawan yang banyak. Promosi produk maupun jasa bisa dilakukan dengan menggunakan jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan lain-lain. Selain itu proses pemasaran juga bisa dilakukan dengan memanfaatkan jasa toko online yang ada seperti *Amazon*, *OLX.Com*, *Buka Lapak.Com*, dan lain-lain.

Salah satu bidang bisnis yang tumbuh menjamur di kota Makassar dewasa ini adalah penjualan distro. Perkembangan trend fashion yang selalu bemetamorfosis dengan cepat mengikuti era yang berlangsung membuat bidang bisnis ini tidak pernah gersang dari peminat. Gaya hidup masyarakat yang juga turut berprak mengikuti zaman telah menjadi senyawa yang menyuburkan lahan bisnis ini. Mengingat kedua hal tersebut maka bisa dipastikan bahwa bisnis di bidang ini memiliki prospek yang bagus dan begitu menjanjikan terlebih lagi jika didukung dengan inovasi-inovasi baru yang kreatif.

Bajiki Store Makassar adalah salah satu usaha yang turut terjun menyelami bisnis di dunia fashion yang mengusung konsep lokal khas Sulawesi Selatan. Sejak awal kemunculannya pada tahun 2014 Bajiki Store Makassar telah menggunakan *E-commerce* dalam menjalankan roda usahanya. Bajiki Store Makassar menggunakan website dan juga jejaring social untuk mempromosikan produk-produk mereka yang mengusung konsep baru dan berbeda dengan produk-produk sejenis yang ada di pasaran. Selain menawarkan produk, Bajiki Store Makassar juga menawarkan jasa konveksi kepada konsumen. Penggunaan *E-commerce* ditengah tingginya intensitas masyarakat dalam mengakses internet telah menciptakan sebuah medan magnet yang saling tarik menarik antara satu kutub dengan yang lain.

E-commerce (Electronic Commerce) merupakan satu teknologi yang berkembang pesat mengikuti irama kemajuan internet dalam kehidupan manusia. Teknologi yang sedang populer ini juga kian bertambah penggunaannya. Tidak adanya batasan jarak dan waktu untuk mengakses informasi perdagangan dalam *E-commerce* telah memberikan sebuah kemudahan bagi bagi penggunaannya untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi tentang jual beli melalui internet.

Oleh sebab itu, sejak langkah awal perjalanan bisnisnya Bajiki Store Makassar menggunakan *E-commerce* dalam bisnisnya. Dengan *E-commerce*, para konsumen yang ingin memiliki produk Bajiki Store Makassar akan lebih mudah mendapatkan informasi mengenai jenis produk, harga, dan kualitas tanpa harus berkunjung langsung ke kantor usaha maupun toko penjualan. Selain itu Bajiki Store Makassar juga akan lebih mudah membangun komunikasi dengan para konsumen maupun mitra bisnisnya melalui *chatting* dan *e-mail*.

Namun salah satu hal yang membunyah di kalangan masyarakat adalah perihal keamanan dalam melakukan transaksi dengan sistem *E-commerce*. Maraknya kasus penipuan telah menciptakan stigma negatif dan membuat banyak konsumen untuk berhati-hati dan bahkan ragu untuk melakukan transaksi. Pada berbagai kasus transaksi online juga acapkali dijumpai kasus adanya ketidaksesuaian antara informasi produk yang diberikan dengan produk yang sebenarnya. Hal ini tak pelak menimbulkan kekecewaan pada konsumen. Pelbagai kasus seperti inilah yang turut memberi sumbangsih atas terciptanya nokta merah pada ranah perdagangan online.

Jika menilik aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah maka kita akan menemukan bahwa baik konsumen maupun produsen sebagai pelaku usaha mendapatkan hak dan

kewajiban yang setimpal demi menjamin terselenggaranya aktivitas perekonomian yang sehat. Namun keberadaan undang-undang tentang perlindungan konsumen dan undang-undang tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik tetap saja tidak diindahkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab dengan melakukan tindakan-tindakan yang bertentangan dengan hukum yang ada dalam aktivitas ekonominya.

Berangkat dari uraian di atas maka penulis ingin membahas dan menguji tentang penerapan *E-commerce* yang memberi pengaruh terhadap jaminan keamanan bagi konsumen. Dalam penelitian ini penulis memfokuskan pada "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keamanan Dalam Transaksi Dengan Menggunakan Sistem E-Commerce Pada Bajiki Store Makassar"

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah; Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keamanan transaksi dengan menggunakan sistem *E-commerce* pada Bajiki Store Makassar?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi keamanan transaksi dengan menggunakan sistem *E-commerce* pada Bajiki Store Makassar.

TINJAUAN PUSTAKA

Internet

Istilah *internet* berasal dari bahasa Latin "inter" yang berarti "antara". Secara kata per kata, *internet* berarti jaringan antara atau penghubungan. Menurut Budhi (2005:1) *Internet* adalah suatu jaringan komputer global yang terbentuk dari jaringan-jaringan komputer lokal dan regional yang memungkinkan

komunikasi data antar komputer yang terhubung ke jaringan tersebut.

Menurut sumber lain, *Internet* adalah berbagai jaringan komputer di seluruh dunia yang saling terhubung tanpa mengenal batas teritorial, hukum dan budaya. Secara fisik dianalogikan sebagai jaring laba-laba (*The Web*) yang menyelimuti bola dunia dan terdiri dari titik-titik (*node*) yang saling berhubungan (Salahuddien:2008).

E-commerce

E-commerce merupakan singkatan dari *Electronic Commerce*, yaitu sebuah layanan berbasis elektronik (internet) untuk bertransaksi/berdagang secara online. *E-commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik (Munir Fuady, 2005:407)

Yuhefizar (2013:2) dalam bukunya mengatakan, beberapa ahli memberikan pengertian mengenai *E-commerce* seperti berikut:

1. Mariza Arfina dan Robert Marpaung
E-commerce dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau *dirfect selling* yang memanfaatkan fasilitas *Internet*, dimana terdapat website yang dapat menyediakan layanan "Get and Deliver"
2. David Baum
E-commerce is a dinamyc set of technologies, applications, and business process that link enterprise, consumers, and communities through electronic transaction and electronic exchange of goods, service, and information
3. Bryan A. Garner
E-commerce the practice of buying and selling goods and service through online consumers services on

internet. The shortened from electronic has become a popular prefix of other terms associated with electronic transaction

Menurut WTO (World Trade Organisation), cakupan *E-commerce* meliputi bidang produksi, distribusi, pemasaran, penjualan, dan pengiriman barang atau jasa elektronik. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi sistem perdagangan beralih ke media elektronik, yaitu:

1. *E-commerce* memiliki kemampuan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan setiap saat informasinya dapat diakses secara up-to-date dan terus menerus
2. *E-commerce* dapat mendorong kreativitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat dalam pendistribusian informasi yang disampaikan secara terus periodik
3. *E-commerce* dapat menciptakan efisiensi waktu yang tinggi dan murah serta informatif
4. *E-commerce* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang cepat, mudah, aman dan akurat

Dari beberapa pengertian *E-commerce* di atas menurut para ahli penulis mengambil kesimpulan bahwa *E-commerce* merupakan sebuah proses komunikasi dan transaksi bisnis secara elektronik dengan menggunakan jaringan Internet sebagai media penghubung.

Penggolongan E-commerce

Penggolongan *E-commerce* yang umumnya dilakukan ialah berdasarkan sifat transaksinya. Menurut Kenneth C. Laudon, Jane P. Laudon (2008:63) tipe-tipenya dibedakan sebagai berikut:

1. **Business to Business (B2B)**, adalah model *E-commerce* dimana pelaku bisnisnya adalah perusahaan, sehingga sehingga proses transaksi dan informasinya adalah antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Contoh penerapan model *E-*

commerce ini adalah beberapa situs *E-banking* yang melayani transaksi antar perusahaan.

2. **Business to customer (B2C)**, adalah model *E-commerce* dimana pelaku bisnisnya melibatkan langsung antara penjual (penyedia jasa *E-commerce*) dengan individu (*buyers*) atau pembeli. Salah satu contoh layanan ini adalah *airasia.com*
3. **Customer to customer (C2C)**, adalah model *E-commerce* dimana perorangan atau individu berinteraksi dan bertransaksi langsung dengan individu lain sebagai pembeli. Konsep *E-commerce* jenis ini banyak digunakan dalam situs online auction atau lelang secara online. Salah satu contoh portal *E-commerce* yang menerapkan konsep C2C ini adalah *ebay.com*.
4. **Customer to business (C2B)**, adalah model *E-commerce* dimana pelaku bisnis perorangan atau individu melakukan interaksi atau transaksi dengan suatu atau beberapa perusahaan. Jenis *E-commerce* seperti ini sangat jarang dilakukan di Indonesia. Contoh portal *E-commerce* yang menerapkan model seperti ini adalah *priceline.com*

Dari uraian definisi di atas, penulis menarik sebuah kesimpulan bahwa Bajiki Store Makassar menerapkan sistem *E-commerce* dengan jenis B2B dan B2C. Hal ini didasari atas realitas dimana dalam proses perjalanan bisnisnya Bajiki Store Makassar bertransaksi dengan layanan e-banking. Selain itu Bajiki Store Makassar juga menawarkan produknya langsung kepada konsumen.

Manfaat E-Commerce

Manfaat yang dapat diperoleh dari *E-commerce* bagi organisasi atau perusahaan menurut Suyanto (2003:50) adalah :

1. Memperluas *market place* hingga ke pasar nasional dan internasional
2. Menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan, pendistribusian, penyimpanan dan pencarian informasi yang menggunakan kertas
3. Memungkinkan pengurangan *inventory* dan *overhead* dengan menyederhanakan *supply chain* dan *management tipe "pull"*
4. Mengurangi waktu antara *outlay* modal dan penerimaan produk dan jasa
5. Mendukung upaya-upaya *business process reengineering*
6. Memperkecil biaya telekomunikasi internet lebih murah dibanding VAN
7. Akses informasi lebih cepat

Selain mempunyai manfaat bagi perusahaan, menurut Suyanto (2003:51) *E-commerce* juga mempunyai manfaat bagi konsumen, yaitu :

1. Memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain selama 24 jam sehari sepanjang tahun dari hampir setiap lokasi dengan menggunakan fasilitas *Wi-Fi*.
2. Memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan.
3. Pengiriman menjadi sangat cepat.
4. Pelanggan bisa menerima informasi yang relevan secara detail dalam hitungan detik, bukan lagi hari atau minggu.
5. Memberi tempat bagi para pelanggan lain di *electronic community* dan bertukar pikiran serta pengalaman.
6. Memudahkan persaingan yang ada pada akhirnya akan menghasilkan diskon secara substansial.

Menurut Suyanto (2003:52) selain manfaat terhadap organisasi, konsumen *E-commerce* juga mempunyai manfaat bagi masyarakat, antara lain:

1. Memungkinkan orang untuk bekerja di dalam rumah dan tidak harus keluar rumah untuk berbelanja. Ini berakibat menurunkan arus

kepadatan lalu lintas di jalan serta mengurangi polusi udara.

2. Memungkinkan sejumlah barang dagangan dijual dengan harga lebih rendah.
3. Memungkinkan orang di negara-negara dunia ketiga dan wilayah pedesaan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa *E-commerce*.

Dari seluruh manfaat yang ada dalam *E-commerce* diatas, Bajiki Store Makassar telah merasakan bagaimana manfaat tersebut berdampak pada pemasaran produk jasa mereka yang telah dikenal diluar negeri.

Kelebihan *E-Commerce*

Menurut E. Turban, David K, J. Lee, T. Liang, D. Turban (2005:67), kelebihan *E-commerce* dibagi menjadi 3 yaitu :

1. Kelebihan *E-commerce* bagi perusahaan :
 - a. Ketersediaan pasar nasional dan internasional
 - b. Penurunan biaya pemrosesan, distribusi dan penarikan informasi
2. Kelebihan *E-commerce* bagi pelanggan, Akses ke sejumlah besar produk dan jasa, 24 jam sehari.
3. Kelebihan *E-commerce* bagi masyarakat. Dengan mudah dan nyaman memberikan layanan informasi, serta berbagai produk ke orang- orang di kota, di desa, dan berbagai negara berkembang.

Kekurangan *E-commerce*

Menurut E. Turban, David K, J. Lee, T. Liang, D. Turban (2005:68), *E-commerce* memiliki beberapa keterbatasan, secara teknologi dan nonteknologi, yang telah memperlambat pertumbuhan dan penerimanya. Keterbatasan teknologi meliputi kurangnya standar keamanan yang diterima secara *universal*, dan *bandwidth* telekomunikasi yang tidak cukup. Keterbatasan nonteknologi meliputi persepsi bahwa *E-commerce*

tidak aman, segi hukumnya yang belum lengkap, serta kurangnya penjual dan pembeli besar yang penting.

Kerangka *E-Commerce*

M. Suyanto (2003:13) mengatakan, aktivitas bisnis selalu membutuhkan tempat, maka jelaslah bahwa aplikasi *E-commerce* dibangun diatas infrastruktur teknologi yang ada. Banyak orang mengira *E-commerce* dibangun diatas situs web, padahal sesungguhnya lebih dari itu. Pada gambar 2 berikut ini akan menunjukkan bahwa aplikasi *E-commerce* ditopang oleh berbagai infrastruktur, sedang implementasinya tidak lepas dari 4 wilayah utama yang ditunjukkan dengan 4 pilar penyangga, yaitu:

1. Manusia,
2. Kebijakan publik,
3. Standar, dan
4. Protokol teknis, serta termasuk didalamnya adalah organisasi lain.

Manajemen *E-commerce* yang akan mengkoordinasikan aplikasi, infrastruktur dan pilar-pilarnya. Jenis – jenis dari infrastruktur aplikasi *E-commerce* yang dimaksudkan meliputi bidang saham, pekerjaan, pelayanan, keuangan asuransi, mall, pemasaran dan periklanan *online*, pelayanan pelanggan, lelang, *travel*, *hardware* dan *software PC* (usaha jasa) yang kesemuanya didasari kebijakan dari manajemen masing – masing perusahaan

Pengamanan Pada Sistem *E-Commerce*

E-commerce telah membantu para pengguna internet di seluruh dunia di dalam proses jual beli secara online. Ada banyak sekali pelaku *E-commerce* yang menjadilannya sebagai bisnis (baik produk maupun layanan) dan tentu saja ada banyak konsumen online yang menggunakan layanan-layanan tersebut. Sebuah layanan yang aman dan nyaman (termasuk juga pada *E-commerce*), akan

menumbuhkan kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen merupakan salah satu modal utama di dalam menuju kesuksesan dari suatu bisnis online berbasis *E-commerce*.

Menyikapi hal tersebut maka terdapat sebuah kajian mengenai keamanan di sisi sistem pada bidang *E-commerce*. Keamanan ini bertujuan untuk menciptakan proses transaksi jual beli yang aman dan nyaman, sehingga menguntungkan si pembeli dan juga penjual. Beberapa teknis yang digunakan antara lain berupa sertifikasi SSL (*Secure Socket Layer*), Pemanfaatan Firewall, Teknologi *Cloud Computing*, pemanfaatan NFC (*Near Field Communication*) dan verifikasi pada kartu kredit, serta pemanfaatan PIN (*Personality Identification Number*).

1. Pengamanan Pada *E-commerce* Menggunakan Sertifikasi SSL

Mengingat pentingnya sebuah layanan keamanan pada *E-commerce* di dalam melindungi proses transaksi yang terjadi di dalamnya serta melindungi para penjual serta para konsumen (pembeli), maka diberikanlah beberapa solusi untuk menangani ancaman keamanan pada *E-commerce*. Salah satu solusi yang paling banyak digunakan adalah Sertifikasi SSL (*SSL Certification*).

SSL (*Secure Socket Layer*) merupakan salah satu protocol pada jaringan computer, khususnya di network layer, yang bertugas melakukan *Encoding* (perubahan paket data) dan enkripsi antara paket data yang dipertukarkan atau ditransmisikan oleh computer pengirim dan computer penerima. Dengan adanya proses enkripsi dan proses *Encoding* tersebut, diharapkan keamanan data pada jaringan computer tersebut dapat terjaga dengan baik. Protocol merupakan standard an aturan di dalam jaringan computer yang mengatur semua

- entitas di dalam jaringan computer. *Transport Layer* merupakan salah satu layer di dalam pemodelan layer pada jaringan computer, yang bertugas untuk menangani proses transmisi paket data (*Transport*), melalui adanya sejumlah protocol di dalamnya.
2. Pengamanan Pada E-Commerce Menggunakan Firewall
Mengingat pentingnya sebuah layanan keamanan pada E-Commerce di dalam melindungi proses transaksi yang terjadi didalamnya serta melindungi para penjual dan para konsumen, maka berikanlah beberapa buah solusi untuk pengamanan sistem. Salah satunya adalah dengan menggunakan firewall. Pada setiap sub bab dibawah ini akan dibahas mengenai sekilas pengenalan firewall serta sistem kerja firewall terkait dengan keamanan pada E-Commerce.
 3. Pengamanan Pada *E-commerce* Menggunakan Teknologi *Cloud Computing*
Mengingat pentingnya sebuah layanan keamanan pada E-commerce di dalam melindungi proses transaksi yang terjadi di dalam agar tidak disalah gunakan, melindungi para penjual dan para konsumen (pembeli) dari adanya kejahatan di dunia internet, seerta menjadikan layanan labih handal (*Reliability*), maka salah satu solusi yang dapat digunakan adalah dengan memanfaatkan layana teknologi *Cloud Computing*. Pada sajian pembahasan sub bab ini, akan dibahs sekilas mengenai *Cloud Computing* serta bagaimana proses penanganan keamanan E-commerce dengan menggunakan teknologi *Cloud Computing* di dalamnya.
 4. Pengamanan Pembayaran Elektronik Memanfaatkan NFC dan Kartu Kredit
Teknologi oembayaran secara elektronik pada *E-commerce* tidak hanya menawarkan sisi keamanan, tapi juga sisi kenyamanan dan

kemudahan. Selain teknologi *Firewall* dan *Cloud Computing*, juga terdapat teknologi NFC (*Near Field Communication*).

5. Pengamanan Transaksi *E-Commerce* Memanfaatkan PIN
PIN (*Personal Identification Number*) telah menjadi salah satu upaya pengamanan transaksi elektronik berbasis *E-Commerce* saat ini, baik pada jual beli hingga transaksi di bank. Bagaimana proses kerja di dalamnya? Bagaimana implementasinya di *E-Commerce*?

Pengertian Keamanan

Menurut Potter (2006:20), keamanan secara umum adalah keadaan bebas dari cedera fisik dan psikologis atau bisa juga keadaan aman dan tentram.

Pengertian lain tentang keamanan menurut G.J. Simons dalam Budi Rahardjo (2005:2) mengatakan, keamanan adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau, paling tidak, mendeteksi adanya penipuan disebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.

Dari pengertian keamanan oleh para ahli diatas, penulis menyimpulkan bahwa keamanan adalah proteksi perlindungan atas sumber-sumber fisik dan konseptual dari bahaya alam dan manusia. Keamanan terhadap sumber konseptual meliputi data dan informasi. Karena itulah penulis mengaitkan keamanan sebagai salah satu faktor penting dalam *e-commerce*.

Jaminan Keamanan Konsumen

Jaminan keamanan terhadap konsumen diatur dalam konstitusi negara Indonesia yaitu dalam undang-undang No. 8 Tahun 1999. Butir-butir yang berhubungan dengan penelitian ini adalah:

1. Pasal 4

Hak konsumen adalah :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi
 - c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang
 - d. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
2. Pasal 7
Kewajiban pelaku usaha adalah :
- a. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan
 - b. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.
3. Pasal 8
(1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
- a. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - b. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
4. Pasal 10
Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:
- a. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
 - b. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
 - c. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
 - d. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
 - e. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.
5. Pasal 16
Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesan dilarang untuk:
- a. Tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan
 - b. tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.
- Jaminan keamanan terhadap konsumen juga diatur dalam undang-undang No. 11 Tahun 2008. Butir-butir yang berhubungan dengan penelitian ini adalah:
1. BAB VII (PERBUATAN YANG DILARANG)
Pasal 28
(1) Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.
2. BAB XI (KETENTUAN PIDANA)
Pasal 45
(2) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- Salah satu aturan yang juga menjamin keamanan konsumen adalah PP No. 28 Tahun 2012. Butir-butir yang berhubungan dengan penelitian ini adalah
1. Pasal 26
(1) Penyelenggara Sistem Elektronik wajib menyediakan fitur sesuai

dengan karakteristik Sistem Elektronik yang digunakannya.

(2) Fitur sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit berupa fasilitas untuk:

- a. Melakukan koreksi
 - b. Membatalkan perintah
 - c. Memberikan konfirmasi atau rekonfirmasi
 - d. Memilih meneruskan atau berhenti melaksanakan aktivitas berikutnya
 - e. Melihat informasi yang disampaikan berupa tawaran kontrak atau iklan
 - f. Mengecek status berhasil atau gagalnya transaksi; dan
 - g. Membaca perjanjian sebelum melakukan transaksi.
2. Pasal 27
Penyelenggara Sistem Elektronik wajib melindungi penggunanya dan masyarakat luas dari kerugian yang ditimbulkan oleh Sistem Elektronik yang diselenggarakannya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan metodologi dengan pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/*statistic*, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sugiyono (2012:11)

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Bajiki Store Makassar selama kurang lebih 2 bulan (September – oktober 2017)

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen Bajiki Store Makassar yang telah membeli produk maupun jasanya berdasarkan data yang diperoleh dari Bajiki Store Makassar melalui

sistem *E-commerce* sebanyak 35 populasi sekaligus menjadi sampel dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Sebagai kesempumaan penelitian, penulis memperoleh, mengumpulkan dan menggunakan beberapa metode pengumpulan data, data tersebut sebagai berikut :Kuesioner, Wawancara dan Observasi

Teknik Analisis

Metode analisis utama yang digunakan adalah kuantitatif yaitu penganalisaan hal-hal yang berkaitan terhadap penelitian yang dilakukan dengan bantuan alat *statistic*, yang juga didukung dengan analisis kualitatif yang merupakan uraian data-data hasil wawancara kepada konsumen untuk menyelesaikan penelitian.

untuk mengkaji hipotesis yang telah dikemukakan, penulis menggunakan analisis regresi berganda seperti yang telah dijelaskan oleh Sugiyono (2012 : 56) sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + X_2 + X_3 + E$$

Keterangan :

Y= Keamanan

a= Konstanta (Nilai y' apabila nilai $x_1, x_2, x_3 = 0$)

X₁= Firewall

X₂= NFC

X₃= PIN

E= Error

Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) akan diuji koefisien kolerasinya dengan tingkat signifikan 5%.

Dasar pengambilan keputusan:

a. Berdasarkan probabilitas

Jika $P > 0,05$ maka H_0 diterima dan jika $P < 0,05$ maka, H_0 ditolak

b. Berdasarkan perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel}

Jika, $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka, H_a ditolak

Jika, $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka, H_0 diterima

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dan dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diukur dengan menggunakan koefisien regresi. Metode ini menghubungkan antara variabel independen. Adapun variabel independen yaitu Firewall (X1), NFC

(X2), PIN (X3), dan Keamanan (Y) sebagai variabel dependennya.

Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) akan diuji koefisiennya dengan tingkat signifikan 5%, dengan dasar pengambilan berdasarkan probabilitas, yaitu:

- Jika $P > 0,05$ maka H_0 diterima; dan
- jika $P < 0,05$ maka, H_0 ditolak

Dengan hipotesis:

- H_0 : Tidak ada pengaruh penerapan sistem *E-commerce* terhadap keamanan transaksi pada Bajiki Store Makassar
- H_a : Ada pengaruh penerapan sistem *E-commerce* terhadap keamanan transaksi pada Bajiki Store Makassar

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda (Coefficients^a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	80,903	25,757		3,141	,004
FIREWALL	,197	,943	,058	,209	,836
NFC	-,055	,648	-,016	-,086	,932
PIN	-1,616	,823	-,573	-1,963	,059

a. Dependent Variable: KEAMANAN

Untuk mengkaji hipotesis yang telah dikemukakan, adapun rumus yang digunakan yaitu:

$$Y = a + bX_1 + X_2 + X_3 + E$$

$$Y = 80,983 + 0,197 + (-0,055) + (-1,616)$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas maka dapat dilihat bahwa nilai a sebesar 80,983, ini artinya bahwa variabel Firewall (X1), NFC dan Kartu Kredit (X2) dan PIN (X3) nilainya 0, maka jaminan keamanannya 80,983. Dengan ini nilai signifikansi 0,004 yang berarti lebih besar/kecil dari 0,05 atau ($0,004 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi ada pengaruh penerapan sistem *E-commerce* terhadap keamanan transaksi pada Bajiki Store Makassar. Adapun hasil uji variabel independennya sebagai berikut :

- Koefisien variabel Firewall (X1) sebesar 0,197. Artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Firewall (X1) mengalami kenaikan dalam satu satuan maka jaminan keamanan akan mengalami peningkatan sebesar 0,197. Karena koefisien bernilai positif, maka variabel Firewall terjadi hubungan positif terhadap jaminan keamanan pada Bajiki Store Makassar.
- Koefisien variabel NFC dan Kartu Kredit (X2) sebesar -0,055. Artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan NFC dan Kartu Kredit (X2) mengalami kenaikan dalam satu satuan maka jaminan keamanan akan mengalami penurunan sebesar 0,055. Karena koefisien bernilai negatif, maka variabel NFC dan Kartu Kredit

terjadi hubungan negatif terhadap jaminan keamanan pada Bajiki Store Makassar

- c. Koefisien variabel PIN (X3) sebesar -1,616. Artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan PIN (X3) mengalami kenaikan dalam satu satuan maka jaminan keamanan akan mengalami penurunan sebesar 1,616. Karena koefisien bernilai negatif, maka variabel PIN terjadi

hubungan negatif terhadap jaminan keamanan pada Bajiki Store Makassar

Koefisien Determinasi (R²)

Hasil uji koefisien determinasi variabel Firewall (X1), NFC dan Kartu Kredit (X2) dan PIN (X3) terhadap keamanan transaksi pada Bajiki Store Makassar dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,535 ^a	,287	,218	9,064

a. Predictors: (Constant), PIN, NFC, FIREWALL

Berdasarkan hasil analisis SPSS pada tabel 1 di atas terdapat variabel independen (Firewall, NFC dan Kartu Kredit, dan PIN) berpengaruh besar terhadap variabel dependen (keamanan transaksi) yang ditunjukkan oleh nilai R = 0,535 atau 53,5%. Sedangkan besarnya kontribusi variabel (X) terhadap variabel (Y) yang ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,287 atau 28,7%. Hal ini menunjukkan bahwa sekitar 28,7% variabel keamanan transaksi (Y) dipengaruhi oleh variabel bebas X1, X2, dan X3, sedangkan sisanya disebabkan oleh faktor lain yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa semua data variable Berdasarkan hasil uji data yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa semua data variabel Firewall, NFC serta PIN dalam penelitian dapat diolah karena data yang valid.

Hasil uji analisis regresi linear berganda menunjukkan apabila variabel independen lain nilainya tetap dan firewall mengalami kenaikan dalam satu

satuan maka jaminan keamanan akan mengalami peningkatan dan apabila variabel independen lain nilainya tetap dan NFC serta PIN mengalami kenaikan dalam satu satuan maka jaminan keamanan akan mengalami penurunan.

E-commerce berpengaruh terhadap keamanan transaksi pada Bajiki Store Makassar

Berdasarkan persamaan regresi, dapat dilihat bahwa nilai α sebesar 80,903, ini artinya bahwa variabel informasi (x1), pemasaran (x2), keamanan (x3) nilainya 0, maka peningkatan penjualan jasanya sebesar 80,903. Dengan nilai signifikansi 0,004 yang berarti lebih kecil dari 0,05 atau (0,004 < 0,05), maka H₀ di tolak H_a di terima. Jadi ada pengaruh penerapan sistem *E-commerce* terhadap keamanan transaksi pada Bajiki Store Makassar.

Faktor Firewall, NFC, dan PIN berpengaruh terhadap keamanan transaksi pada Bajiki Store Makassar

- a. Koefisien variabel firewall (x1) sebesar 0,197. Artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan informasi (X1) mengalami kenaikan

- dalam satu satuan, maka keamanan transaksi akan mengalami peningkatan 0,197. Karena koefisien bernilai positif, maka variabel firewall terjadi hubungan positif terhadap jaminan keamanan transaksi pada Bajiki Store Makassar. Hal ini berarti variabel firewall (X1) berpengaruh terhadap jaminan keamanan transaksi pada Bajiki Store Makassar
- b. Koefisien variabel NFC (X2) sebesar -0,055. Artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan NFC (X2) mengalami kenaikan dalam satu satuan, maka keamanan transaksi akan mengalami penurunan 0,055. Karena koefisien bernilai negatif, maka variabel NFC (X2) terjadi hubungan negatif terhadap jaminan keamanan transaksi pada Bajiki Store Makassar. Dalam penelitian ini berarti variabel NFC (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap jaminan keamanan transaksi pada Bajiki Store Makassar.
- c. Koefisien variabel PIN (X3) sebesar -1,616. Artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan PIN (X3) mengalami kenaikan dalam satu satuan, maka keamanan transaksi akan mengalami penurunan 1,616. Karena koefisien bernilai negatif, maka variabel PIN (X3) terjadi hubungan negatif terhadap jaminan keamanan transaksi pada Bajiki Store Makassar. Dalam penelitian ini berarti variabel PIN (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap jaminan keamanan transaksi pada Bajiki Store Makassar.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keamanan dalam transaksi dengan menggunakan sistem *E-commerce* pada Bajiki Store Makassar. Penelitian ini

mencakup 35 sampel dari pelanggan Bajiki Store Makassar yang dipilih secara acak.

Berdasarkan hasil analisis terhadap data yang dikumpulkan, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS, maka dapat disimpulkan bahwa *Firewall*, *NFC*, dan *PIN* berpengaruh terhadap jaminan keamanan transaksi dengan menggunakan sistem *E-commerce* pada Bajiki Store Makassar.
2. Dari ke tiga variabel independen yang dianalisis, maka dapat disimpulkan bahwa *Firewall* adalah faktor yang paling mempengaruhi keamanan transaksi pada Bajiki Store Makassar. Sedangkan variabel *NFC*, dan *PIN* dalam penelitian ini dianggap tidak begitu berpengaruh terhadap jaminan keamanan transaksi dengan menggunakan sistem *E-commerce* pada Bajiki Store Makassar.

Saran

Melihat hasil dari penelitian di lapangan dan tulisan serta kesimpulan yang ditarik pada penelitian ini maka dapat disarankan kepada pihak Bajiki Store Makassar untuk,

1. Selalu meng-upgrade kualitas firewall yang mereka terapkan agar dapat terus mempertahankan keamanan transaksi dengan menggunakan sistem *E-commerce*.
2. Meningkatkan kualitas variabel yang tidak begitu berpengaruh dalam penelitian ini sehingga keamanan transaksi dengan menggunakan sistem *E-commerce* semakin terjamin.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, I Putu., 2015, *E-commerce E-bussiness dan Mobile Commerce*, Informatika, Bandung.

- Fuady, Munir., 2005, *Pengantar Hukum Bisnis*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Google, Wikipedia, <http://id.wikipedia.org/wiki/Pasar>
- Irawan, Budhi., 2005, *Jaringan Komputer*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Jogiyanto., 2005. *Analisis dan Desain Sistem Informasi :Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Kadir, Abdul., 2003, *Pengenalan Sistem Informasi*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Kotler, Philip., & Susanto, A.B., 2000. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Buku 1*, Salemba Empat, Jakarta.
- , 2002. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2*, Prenhellindo, Jakarta.
- , & Amstrong, Gary., 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi 12*, Erlangga, Jakarta.
- , & Keller, Kevin Lane., 2009. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2*, Erlangga, Jakarta.
- Kurtz, 2008. *Principles of Contemporary Marketing*. Gudang Penerbit, Jakarta.
- Laudon, Kenneth C., & Laudon, Jane P., 2008. *Sistem Informasi Manajemen 2*, Salemba Empat, Jakarta.
- Potter., 2006, *Fundamental Keperawatan, Buku 2*, Edisi 7, Salemba Medika. Jakarta.
- Rahardjo, Budi., 2005, *Mudah Belajar Java*, Informatika, Bandung.
- Rangkuti, Freddy., 2008, *Mengukur Efektivitas Program Promosi dan Analisis Kasus Menggunakan SPS*, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Salahuddien., 2008, *Buku Penguasaan Internet*, Media Kita, Jakarta.
- Sugiyono., 2012. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Alfabeta, Bandung.
- Swastha, Basu., 2008, *Manajemen Penjualan, Edisi 3*, BPFE, Yogyakarta.
- Suyanto., 2003. *Multimedia Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi., 2005. *Brand Management and Strategy*, Andi, Yogyakarta.
- Turban, Efraim., E. Aronson, Jay., & Liang, Thing Peng., 2005. *Decision Support System and Intelligent System 1*, Andi, Yogyakarta.
- Yuhafizer., 2013, *Membuat Toko Online Itu Mudah*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- *) Penulis adalah Dosen tetap pada STIE Nobel Indonesia Makassar**
- *) Penulis adalah Alumni STIE Nobel Indonesia Makassar**