

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Internet pada saat ini sudah menjadi suatu yang sangat familiar bagi semua kalangan masyarakat. Perkembangan pengguna internet serta adanya kepercayaan terhadap internet dapat menjadi sarana informasi, komunikasi, serta media transaksi dari masyarakat yang akan menciptakan suatu potensi pasar. Dimana kepercayaan ini tentunya adalah kepercayaan dalam melakukan penjualan dan pembelian produk melalui media elektronik. Hal ini disebabkan karena internet merupakan *platform* yang terbuka (*open platform*), sehingga menghilangkan ketergantungan perusahaan pada vendor tertentu seperti apabila menggunakan sistem yang tertutup (Rahardjo, 2002:264). Dengan mengetahui sejauh mana potensi dari pasar internet yang ada, dapat menjadikan peluang-peluang baru dalam memulai dan menjalankan bisnis perdagangan berbasis elektronik atau yang sering disebut *e-commerce*.

Kegiatan *e-commerce* banyak digunakan saat ini karena desakan bisnis dan internet yang merupakan media yang paling ekonomis untuk digunakan sebagai basis sistem informasi (Andi, 2009:140). Penelitian Handayani (2010) mengatakan bahwa kebanyakan konsumen akan ragu-ragu dalam melakukan transaksi pembelian secara elektronik, karena konsumen menanggung risiko penipuan yang lebih besar. Lain halnya jika vendor internet memberikan fasilitas-

fasilitas penunjang transaksi yang memberikan kemudahan bagi konsumen. Tampilan, sistem keamanan, pelayanan, dan reputasi *web store* akan mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam melakukan pembelian secara elektronik. Semakin baik mutu informasi dan terbuktinya integritas penjual akan membuat konsumen tidak akan ragu lagi untuk bertransaksi dengan pemilik toko *online* tersebut.

Fenomena *e-commerce* semakin menjamur di Indonesia, sehingga banyak pengusaha-pengusaha yang memanfaatkannya sebagai peluang usaha dan promosi untuk mengenalkan produknya ke konsumen. Ada beberapa keuntungan yang dapat ditemukan saat melakukan transaksi *e-commerce* yang dapat mempermudah para konsumen. Dengan *e-commerce*, pembelian dapat dilakukan tanpa terbatas oleh tempat dan waktu, bahkan seseorang di suatu negara dapat melakukan transaksi pembelian barang yang terdapat di lain negara dengan mudah selama 24 jam sehari. Menurut penelitian Handayani (2010) mengatakan bahwa dalam transaksi *e-commerce*, konsumen cukup melakukan pemesanan dari internet dan melakukan pembayaran via transfer rekening antar bank. Seiring mudahnya mengakses internet, sehingga banyak vendor-vendor yang menyediakan *web store* untuk menunjang kebutuhan para pelaku *e-commerce*. Di luar negeri banyak terdapat situs *e-commerce* yang sangat populer, di antaranya *e-bay* dan *amazon* yang menyediakan fasilitas bagi para pelaku *e-commerce*. Di dalam negeri juga terdapat situs *e-commerce* www.kaskus.co.id yang merupakan salah satu situs jual-beli *online* terbesar di Indonesia.

Kaskus didirikan pada tanggal 6 November 1999 oleh tiga pemuda asal Indonesia yang sedang melanjutkan studi di Seattle, Amerika Serikat. Mulanya Andrew Darwis, Ronald, dan Budi membuat kaskus untuk memenuhi tugas kuliah mereka. kaskus sendiri bertujuan untuk mengobati kerinduan mahasiswa Indonesia di luar negeri akan Indonesia melalui berita-berita Indonesia yang diterjemahkan. Berdasarkan data www.Alexa.com, pada tahun 2013 Kaskus menempati urutan 270 di dunia dan menduduki peringkat 7 di Indonesia untuk kategori situs populer. Hal ini terjadi karena Kaskus menyediakan berbagai forum yang menarik, seperti forum diskusi untuk info terkini, gaya hidup ataupun forum jual-beli (FJB) yang banyak diakses oleh para orang muda sampai dewasa. Dalam FJB kaskus, para penggunanya diberikan keleluasaan untuk memberi reputasi kepada penjual, melapor atau memberikan komentar apabila merasa ditipu oleh pihak lain, sehingga dengan fasilitas seperti ini meminimalkan risiko penipuan *e-commerce* yang ditanggung konsumen.

Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan mengenai dunia maya serta kemudahan akses dan berkurangnya biaya dalam memperolehnya, kejahatan di dunia maya pun juga mengalami peningkatan. Beberapa kejahatan di antaranya adalah berupa produk yang tidak sampai tujuan, penipuan produk dan pencurian data yang merugikan banyak pihak. Penelitian Utomo *et al* (2011) mengatakan bahwa pelayanan penjualan secara elektronik menjadi lahan baru bagi para pelaku kejahatan untuk melakukan tindak kriminal dengan melakukan penipuan, bahkan sebagian konsumen *online* takut melaksanakan transaksi secara *online* karena berbagai pertimbangan, yaitu : (1) Kejahatan komputer yang tinggi, yaitu

maraknya pembobolan kartu kredit; (2) Perlindungan terhadap data konsumen yang melakukan pembelian secara *online*; (3) Penipuan yang dilakukan secara *online*.

Berdasarkan uraian tersebut serta maraknya penipuan yang terjadi dalam transaksi *e-commerce*, maka penulis memilih judul “Analisis Kepercayaan Konsumen dan Risiko *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian Secara Elektronik.”

B. Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara elektronik?
2. Apakah resiko *e-commerce* berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara elektronik?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara elektronik.
2. Untuk mengetahui apakah resiko *e-commerce* berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara elektronik.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Masyarakat

Dapat digunakan sebagai informasi agar dapat lebih mewaspadaai bahaya penipuan dalam perdagangan elektronik dan acuan bagi para pelaku *e-commerce* untuk mengurangi persepsi resiko dari masyarakat dalam melakukan pembelian produk melalui FJB kaskus. Mengetahui tingkat kepercayaan masyarakat terhadap situs www.kaskus.co.id sebagai media internet yang menyediakan fasilitas *e-commerce*.

2. Bagi Akademik

Dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang berminat dengan masalah serupa, sehingga akan mempercepat dan melengkapi penelitian yang di lakukanselanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Secara garis besar sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, tinjauan teoritis yang mendasari penelitian, serta hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operational dan pengukuran variabel, teknik sampling, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis data beserta pembahasan dari hasil analisis data.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi simpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.