

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi saat ini, teknologi internet perkembangan sangat pesat. Perkembangan tersebut membawa perubahan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam industri perdagangan. Dengan adanya perkembangan teknologi internet memudahkan para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya. Kemudahan internet tersebut mampu mengatasi keterbatasan jarak, waktu serta biaya dalam berbisnis menjadi lebih efektif dan efisien. Kemudahan internet dalam komunikasi dan penyampaian informasi juga membuat teknologi internet banyak diminati oleh individu, organisasi maupun perusahaan dalam menunjang kegiatan usahanya.

Pada saat ini para pengguna internet di Indonesia sudah semakin banyak dan menjadikan pasar baru bagi para pelaku bisnis yang kemudian menciptakan toko *online* sebagai bagian dari *e-commerce*. *E-commerce* merupakan istilah yang mengacu secara khusus pada pertukaran bisnis atau transaksi yang terjadi secara elektronik (Zimmerer et al., 2009). Dengan adanya fasilitas teknologi penjualan berbasis *online* yang disebut dengan toko *online* membuat banyak diminati oleh masyarakat khususnya anak muda karena dalam transaksi jual beli menjadi lebih efektif dan efisien. Belanja melalui *online shop* memberikan kemudahan dalam berbelanja tanpa menghabiskan waktu dan tenaga. Kemudahan-kemudahan tersebut membuat

belanja online semakin populer pada saat ini. Bahkan terdapat beberapa produk yang ditawarkan lebih murah dari harga pasar dan tidak menggunakan biaya distribusi.

Perkembangan belanja *online* di Indonesia sangat pesat, hal ini ditunjukkan dengan munculnya berbagai macam situs jual beli *online* seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Olx dan lain-lain. Salah satu situs jual beli *online* yang mengusung konsep *marketplace* adalah Shopee. Menurut (Wahyudi et al., 2020) *marketplace* merupakan tempat dimana penjual dapat membuat akun atau situs jual beli untuk menjual berbagai macam barang yang akan dijual dalam situs tersebut. Shopee merupakan *marketplace* yang menawarkan berbagai produk seperti kosmetik, pakaian, elektronik, kendaraan, perabotan rumah tangga dan lain sebagainya. Pada saat ini Shopee menjadi *marketplace* yang paling populer dengan jumlah kunjungan mencapai 97,7 juta pada tahun 2020. Shopee menjadi *marketplace* terpopuler karena menawarkan produk yang harganya relatif lebih murah dengan promo-promo yang menguntungkan hingga gratis ongkir atau gratis ongkos kirim ke seluruh Indonesia dengan presentase yang sangat menguntungkan (<https://ajaib.co.id>).

Dalam hal keputusan pembelian, konsumen tidak akan lepas dari proses pengambilan keputusan, oleh karena itu pemasar harus melakukan tahap-tahap dari pengambilan keputusan tersebut. Perusahaan yang mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen akan mendorong perilaku konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, hal ini dikarenakan

perilaku konsumen merasa sesuai dengan yang diharapkan (Triana, Puji; Bambang, 2018). Oleh karena itu, dengan adanya online shop yang mana tidak mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung maka terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian *online*.

Aktivitas jual beli *online* dalam praktiknya tidak berjalan dengan mulus. Masih banyak permasalahan yang dialami oleh pengguna situs jual beli *online* tersebut seperti kepercayaan. Menurut (Usvita, 2017) dalam aktivitas penjualan *online* pastinya tidak terlepas dari faktor kepercayaan dimana hal tersebut menjadi salah satu kunci dalam transaksi jual beli. Kepercayaan konsumen dalam situs jual beli yaitu kepercayaan pembeli terhadap seller-seller (*online shop*) yang ada dalam situs tersebut. Kepercayaan pembeli terhadap seller-seller atau penjual *online* terkait dengan keandalan penjual *online* dalam menjamin keamanan bertransaksi dan meyakinkan transaksi akan diproses setelah pembayaran dilakukan oleh pembeli. Seller-seller pada situs jual beli tersebut apakah memberikan barang yang sesuai dengan apa yang dideskripsikan atau tidak. Kepercayaan konsumen terhadap *online shop* berkurang dikarenakan barang yang dibeli terkadang tidak sesuai dengan apa yang dipesan. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh perbedaan yang signifikan antara toko *online* dengan toko fisik, dimana pembeli tidak dapat melihat langsung barang yang akan dibeli.

Shopee merupakan salah satu *marketplace* terbesar di Indonesia yang hadir sebagai situs jual beli *online* yang memberikan kemudahan dalam

transaksi. Selain itu Shopee tidak hanya dapat dikunjungi melalui *website* saja, tetapi juga dapat diakses melalui aplikasi dengan mengunduh pada *playstore* maupun *appstore*. Dalam situs jual beli tersebut terdapat berbagai fitur yang memudahkan konsumen dalam mencari sebuah produk, serta memiliki metode pembayaran didalamnya. Namun dalam praktiknya terdapat permasalahan seperti kemudahan yang belum sepenuhnya dipahami oleh pengguna saat pertama kali melakukan transaksi jual beli *online*, calon pembeli biasanya akan mengalami kendala-kendala dalam menggunakannya.

Perkembangan arus informasi pada saat ini telah membawa perubahan pada individu maupun kelompok termasuk dalam aktivitas belanja *online*. Informasi yang disajikan oleh *online shop* harus mencakup informasi mengenai produk dan barang atau jasa yang tersedia dalam toko *online* tersebut. Kualitas informasi yang diberikan e-commerce Shopee sudah sangat baik dengan menampilkan informasi secara detail mengenai lokasi toko, produk apa saja yang dijual, ketersediaan barang hingga cara pengiriman barang. Dalam proses belanja *online* pencarian informasi dimulai ketika konsumen berasumsi bahwa kebutuhan tersebut dapat dipenuhi dengan membeli atau mengonsumsi suatu produk. Informasi yang diberikan harus bermanfaat dan relevan dengan kondisi barang sebenarnya agar dapat memprediksi kualitas produk yang sebenarnya. Shopee juga menyediakan fitur chat yang dapat digunakan oleh konsumen guna menanyakan informasi mengenai produk agar lebih spesifik kepada *online shop* tersebut. Maka dari itu, faktor-faktor kepercayaan, kemudahan serta kualitas informasi yang

terdapat pada situs jual beli *online* Shopee berpengaruh terhadap keputusan seseorang atau pihak yang melakukan pembelian sebuah produk baik barang maupun jasa.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA SITUS JUAL BELI SHOPEE.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang terdapat dalam latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online* pada situs jual beli Shopee?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online* pada situs jual beli Shopee?
3. Apakah kualitas informasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online* pada situs jual beli Shopee?

## **C. Tujuan Penulisan**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada situs jual beli Shopee.
2. Menganalisis pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada situs jual beli Shopee.
3. Menganalisis pengaruh kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara *online* pada situs jual beli Shopee.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut diharapkan penelitian ini memberikan manfaat secara praktis dan teoritis. Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu:

##### **1. Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi para pelaku bisnis *online* khususnya perusahaan Shopee dalam mengembangkan layanan yang lebih efektif dan efisien serta dalam membangun strategi pemasaran yang lebih baik.

##### **2. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu ekonomi dibidang manajemen pemasaran serta sebagai referensi untuk penelitian sehingga mampu memperbaiki dan menyempurnakan penelitian ini.

## **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan merupakan suatu pola dalam menyusun karya ilmiah untuk memperoleh gambaran secara garis besar bab demi bab. Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini. Penelitian ini disusun dalam lima bab dengan perincian sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini membahas beberapa hal seperti latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika penulisan secara keseluruhan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan teoritis variabel-variabel yang diteliti, telah pustaka yang berisikan tentang uraian sistematika mengenai hasil peneliti terdahulu, kerangka teoritis guna menganalisis suatu masalah, serta hipotesis yang merupakan perumusan dari landasan teori dan merupakan perumusan dari landasan teori dan merupakan jawaban sementara terhadap penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini memuat penjelasan mengenai gambaran teknik yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik ini meliputi uraian tentang kondisi objek dan subyek penelitian, proses penelitian, kondisi populasi, penentuan sampel, serta alat yang digunakan baik dalam pengumpulan data yang maupun analisis data.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang deskriptif objek penelitian yang meliputi deskripsi responden, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan atas hasil pembahasan analisis data penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang bermanfaat untuk peneliti selanjutnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN