



BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini, peneliti akan membahas pendahuluan sebagai langkah awal dalam menyusun laporan skripsi. Pendahuluan ini menjelaskan penelitian yang akan dibahas oleh peneliti yang terdiri dari tujuh sub bab berupa latar belakang dari masalah yang diteliti, identifikasi permasalahan, batasan dari masalah, batasan pada penelitian, rumusan permasalahan, tujuan dari penelitian, dan yang terakhir adalah manfaat dari penelitian. Pada bagian latar belakang permasalahan akan dijelaskan tentang peristiwa yang terjadi dengan menggunakan data - data yang diperoleh oleh peneliti, sehingga peneliti menjadi tertarik untuk melakukan penelitian ini. Lalu identifikasi masalah juga dibuat berdasarkan latar belakang permasalahan yang ditulis. Batasan masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, dan tujuan dilakukannya penelitian akan membantu peneliti menjadi terarah ketika menjalankan penelitian ini, sehingga dapat membantu peneliti menjadi lebih fokus. Selain itu pada bagian manfaat penelitian akan menjelaskan manfaat yang diberikan oleh peneliti kepada berbagai pihak melalui hasil penelitian ini.

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya kemajuan zaman yang kian hari berkembang menjadi semakin maju, teknologi merupakan salah satu pengaruh terpenting dalam melakukan aktivitas sehari - hari di era yang modern ini. Diera yang semakin maju ini, hampir sebagian penduduk di seluruh dunia termasuk negara Indonesia sudah bisa menikmati kemajuan teknologi yang terus berkembang terutama di bidang internet. Perkembangan teknologi ini dapat terjadi karena inovasi dan kreativitas manusia sehingga perkembangan teknologi yang terjadi bisa semakin berkembang menjadi lebih baik dan dengan kecanggihan yang mengikuti zaman yang semakin

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



modern ini. Didukung dengan adanya Globalisasi dapat memberikan dampak yang cukup besar terhadap perkembangan teknologi saat ini karena dengan adanya kehadiran teknologi yang semakin maju dan canggih dapat memudahkan segala aktivitas manusia khususnya pada aspek ekonomi. Perkembangan dari teknologi khususnya dalam aspek ekonomi, memberikan dampak yang dapat diketahui dari tingginya ketertarikan masyarakat khususnya saat melakukan penjualan yang didukung oleh kecanggihan teknologi sehingga penjual dapat lebih mudah dalam memasarkan dan menjual produk yang mereka ingin tawarkan ke konsumen.

Berkembangnya teknologi, ditandai dengan terciptanya suatu aplikasi ataupun *website marketplace online* yang praktis serta dapat memudahkan proses jalannya jual beli dari suatu produk. Sehingga dengan adanya kemajuan dan perkembangan teknologi yang semakin canggih di masa yang semakin modern ini, maka akan mempermudah kegiatan jual bagi penjual dan pembelian bagi pembeli. Dampak yang dapat dirasakan oleh masyarakat Indonesia dengan adanya perkembangan teknologi yang melahirkan *marketplace* adalah proses transaksi penjualan dan pembelian dapat dilakukan dengan mudah dan praktis karena kita bisa menjual produk tanpa harus buka toko *offline* dan dapat membeli suatu produk yang kita inginkan tanpa harus datang ke toko untuk membelinya.

Electronic commerce atau yang sering kita temui dengan sebutan *E-Commerce* merupakan suatu proses yang melibatkan 2 orang antara pihak penjual dengan pihak pembeli secara tidak langsung yang menimbulkan terjadinya transaksi dari penjualan dan pembelian yang dilakukan menggunakan elektronik sebagai medianya yang dilengkapi dengan internet sehingga menjadi praktis dan mudah. Menurut Nugroho (2016:6), *E-commerce* merupakan website penyedia transaksi khusus untuk melakukan pembelian dan penjualan secara *online* atau melalui penjualan langsung

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang menggunakan internet sebagai fasilitas utamanya, dan biasanya terdapat layanan *get and deliver* pada website. *E-Commerce* membawa banyak sekali perubahan dalam dunia perdagangan. Proses jual beli pada masa modern ini tidak lagi memerlukan pertemuan tatap muka seperti yang dilakukan pada sebelum adanya teknologi yang semakin maju ini, yang dimana ketika kita ingin melakukan pembelian produk yang kita minati kita diharuskan untuk datang langsung ke toko yang menjual produk untuk melakukan pembelian sehingga membutuhkan waktu tambahan yang diluangkan secara khusus untuk pergi mengunjungi toko tersebut. Kehadiran *E-Commerce* ini juga dapat lebih memudahkan penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi penjualan maupun pembelian, karena penjual bisa menjual barangnya tanpa harus membuka toko fisik jika memiliki modal yang terbatas dan pembeli juga dapat lebih mudah dalam membeli barang yang diinginkan karena dapat melakukan pembelian barang tanpa mendatangi toko *offline*.

Fitur yang dimiliki oleh *E-Commerce* juga sangat memudahkan pembeli dalam mencari produk yang diinginkan, karena hanya menuliskan kata kunci produknya maka nanti akan muncul semua produk - produknya. Selain itu *display - display* nya juga sangat teratur sehingga pembeli merasa nyaman dalam melihat produk yang ingin dibeli. Dengan adanya teknologi API seperti BRIAPI, transaksi yang dilakukan juga dapat menjadi lebih cepat dan efisien. Pembeli juga dapat dengan mudah memilih pembayaran transaksi tanpa mendatangi bank, karena bisa melalui virtual account seperti BRIVA atau sebagainya. Perjalanan *E-Commerce* di negara Indonesia mulai berkembang pada tahun 1994 pada saat Indosat berdiri dan mulai menyediakan jasa internet komersil yang pertama di Indonesia. Hal inilah yang memajukan penggunaan dari internet pada bidang yang beragam, salah satunya adalah pada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bidang bisnis secara *online* yang dikembangkan menjadi *e-commerce* yang tersebar luas dan digunakan oleh masyarakat di Indonesia.

Pada tahun 1996, Dyviacom Intrabumi atau D-Net menjadi pelopor pertama dari *platform* untuk melakukan transaksi penjualan dan pembelian secara *online*.

Walaupun pada tahun 1996 *platform* hanya memperlihatkan beragam produk yang akan diperjualbelikan yang mengharuskan konsumen melakukan transaksi jual beli secara tatap muka atau yang pada saat ini sering disebut dengan COD atau *cash on delivery*. Maraknya kegiatan penjualan dan pembelian yang dilakukan secara *online*

yang semakin ramai dan berkembang seiring dengan adanya tranformasi digital yang semakin canggih dan pada tahun 1999, munculah *platform* bernama Kaskus yang

mempunyai salah satu kanal yang cukup terkenal dengan nama Forum Jual Beli (FJB). Pada tahun 1999 juga terdapat perusahaan dengan nama PT. Bhinneka Mentari

Dimensi yang sebelumnya dikenal melakukan bisnisnya di bidang pendistribusian mesin cetak dalam skala yang besar, produk terkait *information technology* atau IT,

merancang *software*, membuat solusi terkait video editing, dan menjadi pusat untuk melakukan servis elektronik yang akhirnya berubah menjadi ritel *online* bernama

Bhinneka.com yang menjual berbagai produk komputer. Bhinneka memanfaatkan program yang tergolong sangat sederhana dan karyawan yang bekerja pada saat itu

juga masih kurang memahami penggunaan internet dengan lancar dan fasih.

Pada tahun 2000an, Lippo Group menciptakan *platform* perdagangan elektronik yang dilakukan secara *online* bernama Lippo Shop. Raminya perdagangan

elektronik yang semakin berkembang membuat pemerintah menyadari adanya potensi sehingga pemerintah menyusun rancangan undang – undang *E-Commerce*.

Pada tahun 2005, diluncurkannya platform perdagangan *online* bernama Tokobagus yang merubah namanya pada tahun 2014 dan saat ini dikenal dengan OLX.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kemudian platform jual-beli *online* yang semakin berkembang mulai bermunculan seperti Tokopedia pada tahun 2009, Bukalapak pada tahun 2010, selanjutnya Djarum yang mendirikan platform jual beli online bernama Blibli pada tahun 2011, kemudian situs Lazada mulai dioperasikan di Indonesia oleh Lazada Group pada tahun 2012, dan Shopee mulai memasuki pasar Indonesia pada Desember 2015 yang hingga saat ini Shopee berhasil melakukan promosi dan menguasai pasar dalam waktu yang singkat.

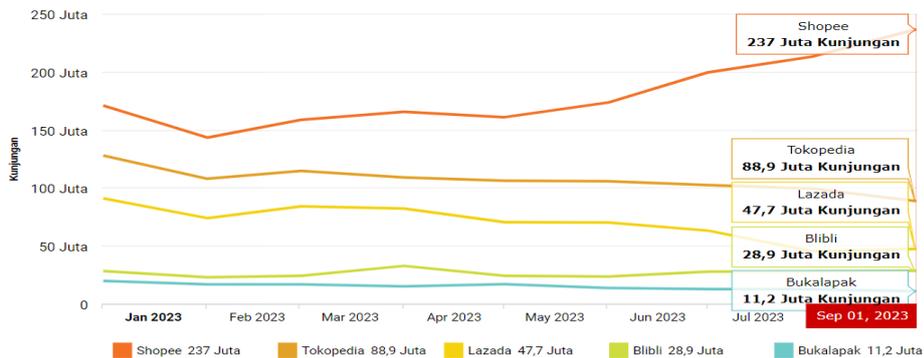
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 1.1

Pengunjung Situs E-Commerce (Januari - September 2023)



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-Shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>

Pada **Gambar 1.1**, dapat dikatakan bahwa perusahaan Shopee menjadi *E-Commerce* dengan jumlah pengunjung terbanyak dibandingkan *E-Commerce* lainnya. Hal tersebut juga ditunjukkan oleh data dari SimilarWeb yang menunjukkan bahwa Shopee memiliki pengunjung *E-Commerce* dengan kunjungan terbanyak di Indonesia pada bulan Januari sampai September 2023. Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang menawarkan beragam jenis produk yang dapat memenuhi kebutuhan manusia, seperti pakaian, sepatu, peralatan rumah tangga, dan sebagainya.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Gambar 1.2

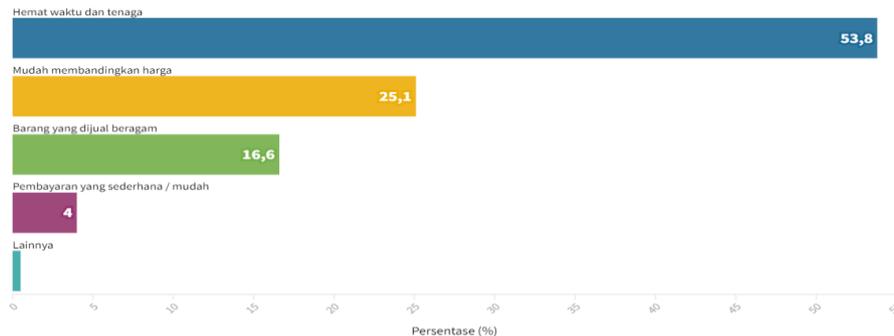
Alasan Konsumen Membeli Kebutuhan Secara Online



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Alasan Konsumen Berbelanja Online
(25 Agustus-10 September 2022)



Sumber: <https://dataindonesia.id/digital/detail/tetap-belanja-online-meski-pandemi-mereda-ini-alasannya>

Pada Gambar 1.2 dapat dikatakan bahwa terdapat berbagai alasan konsumen dalam membeli kebutuhan secara online yang dikarenakan berbagai faktor seperti hemat waktu dan tenaga, mudah membandingkan harga, barang yang dijual beragam, pembayaran yang sederhana atau mudah, dan lainnya. Hasil survei yang dilakukan oleh DataIndonesia.id menunjukkan bahwa 53,8% orang yang menjawab mengatakan bahwa berbelanja secara online lebih hemat waktu dan tenaga, 25,1% mengatakan bahwa lebih mudah untuk membandingkan harga, 16,6% responden menyatakan bahwa pelanggan memilih untuk berbelanja secara online karena pilihan produk yang tersedia lebih luas dibandingkan dengan toko fisik, 4% responden yang menganggap bahwa metode pembayaran online lebih mudah dilakukan, dan 0,5% yang memilih alasan lain untuk berbelanja online.

Dalam melakukan pembelian suatu barang di *E-Commerce* tentunya terdapat faktor yang dapat dipertimbangkan masyarakat ketika memilih *platform* yang akan digunakan khususnya saat ada program Hari Belanja Online Nasional atau yang umumnya dikenal sebagai HARBOLNAS. Beberapa faktor yakni harga produk yang terjangkau, pengiriman gratis ongkir, variasi produk yang beragam, sistem

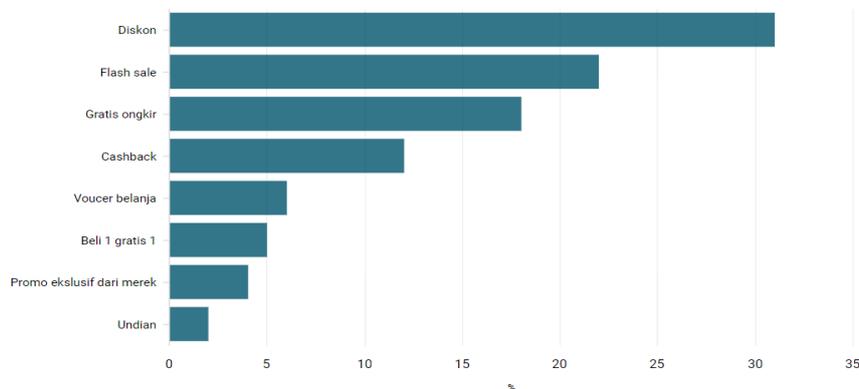
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pembayaran dengan metode cicilan. Tentunya hal tersebut juga diikuti oleh *e-commerce* lain seperti *direct competitor* Shopee yaitu Tokopedia yang juga menerapkan strategi yang sama. Akan tetapi Shopee tetap menjadi platform *e-commerce* yang unggul dibandingkan dengan Tokopedia karena ia berhasil menarik perhatian konsumen dengan memberikan kenyamanan kepada konsumen seperti menghadirkan berbagai ragam promosi. Shopee juga memiliki program hari khusus promosi yang dapat membantu pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan di Shopee.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Gambar 1.3
Ragam Promosi yang Paling Menarik Bagi Konsumen Saat Harbolnas (2022)



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/28/diskon-hingga-flash-sale-ini-ragam-promosi-belanja-online-yang-paling-ditunggu-saat-harbolnas>

Pada **Gambar 1.3** dapat dilihat bahwa ragam promosi yang paling diminati oleh konsumen pada saat HARBOLNAS (Hari Belanja Online Nasional) berupa Diskon, *Flash sale*, Gratis ongkir, *Cashback*, Voucher belanja, Beli 1 gratis 1, Promo eksklusif merek, dan Undian. Sehingga pada saat HARBOLNAS, toko - toko yang menjual pakaian, produk kecantikan dan perawatan tubuh, *electronic product* seperti gadget dan aksesorisnya serta produk lainnya di Shopee banyak menerima pesanan karena adanya diskon dan promosi lainnya yang dapat digunakan oleh konsumen dalam membeli kebutuhan yang ingin dibeli.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Kotler dan Armstrong (2018:78) promosi merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan keunggulan atau memberikan informasi mengenai produk yang dijual serta mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian produk yang dipromosikan. Promosi menjadi salah satu faktor penentu berhasil atau tidaknya saat melakukan program pemasaran. Promosi dapat dilakukan melalui iklan atau *discount* untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa. Shopee merupakan *e-commerce* yang unggul jika dibanding dengan *e-commerce* lainnya karena Shopee memiliki banyak promosi yang dimana banyak masyarakat Indonesia menjadi tertarik untuk menggunakan Shopee untuk memutuskan berbelanja kebutuhan yang diinginkan. Promosi yang diberikan oleh Shopee seperti gratis ongkir, voucher, diskon produk tertentu, *flash sale*, dan hari khusus (tanggal kembar).

Kualitas merupakan hal yang penting sebelum konsumen membeli barang tersebut, karena hal yang pertama dilihat pasti kualitasnya apakah baik atau tidak baik biasanya konsumen akan melihat dari tampilan produk dan *review* dari toko tersebut. Shopee memiliki toko-toko yang cukup banyak, yang dimana konsumen dapat melihat dan menilai sendiri dari produk yang ingin dibeli dari toko tersebut. Sehingga ketika toko - toko di Shopee menjual produk dengan berkualitas, maka konsumen nantinya akan melakukan pembelian produk yang diinginkan atau dibutuhkan pada saat itu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1.2 Identifikasi Masalah

Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) | Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan uraian dari latar belakang permasalahan tersebut, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Mengapa *E-Commerce* bisa muncul pada tahun 1994 ?
2. Mengapa *E-Commerce* Shopee paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia ?
3. Apa saja faktor yang menyebabkan HARBOLNAS (Hari Belanja Online Nasional) paling diminati oleh masyarakat Indonesia ?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ?
5. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, penelitian ini hanya meneliti tentang:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ?

1.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan dengan batasan sebagai berikut:

1. Objek: *Marketplace* Shopee
2. Subjek: Pengguna Shopee yang pernah melakukan pembelian produk di Shopee lebih dari satu kali dalam tiga bulan terakhir
3. Tempat: DKI Jakarta
4. Waktu: Oktober 2023 - Januari 2024



1.5 Rumusan Masalah

- Ⓒ Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian, dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah “apakah kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di DKI Jakarta?”

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitiannya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen
2. Untuk mengetahui apakah promosi dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen

1.7 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada perusahaan Shopee apakah kualitas produk dan promosi dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan referensi kepada pembaca mengenai pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi maupun gambaran kepada peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian dengan variabel yang sama di masa yang akan datang.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

