

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi telah berkembang sejak beberapa tahun yang lalu dan sekarang segalanya menjadi digital. Semua orang lebih memilih untuk melakukan aktivitasnya secara online, sehingga internet menjadi sangat penting bagi mereka khususnya untuk pengguna internet di Indonesia. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJI) mengungkapkan jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun penggunaan internet diperkirakan semakin lama akan semakin meningkat. Dengan adanya fenomena seperti ini banyak pihak yang memanfaatkan peluang bisnis ini untuk meraup keuntungan dengan cara membuat atau menyediakan toko *online* sebagai bagian dari *e-commerce*. Salah satu jenis *e-commerce* yang saat ini berkembang pesat di Indonesia adalah *e-commerce* jenis *marketplace*. Secara sederhana, *marketplace* dapat diartikan sebagai suatu tempat dimana penjual dapat

membuat akun dan menjajakan berbagai macam barang yang akan dijual. Fasilitas yang mendukung jual beli *online* juga disediakan secara cuma-cuma oleh pelaku *marketplace*. Salah satu keuntungan yang didapat dari berjualan di *marketplace* yaitu penjual tidak perlu membuat situs yang memerlukan biaya lebih atau toko *online* pribadi.

Di Indonesia sendiri terdapat banyak situs *e-commerce* untuk melakukan pembelian *online* seperti: Lazada, Tokopedia, Elevenia, Blibli.com, Mataharimall.com dan Shopee Indonesia. Berikut adalah 10 situs *online* retail produk kebutuhan konsumen yang paling banyak dikunjungi di Indonesia. Shopee adalah satu dari 10 situs *online* di Indonesia yang memiliki banyak populasi digital hingga Juni 2017. Pertumbuhan Shopee sebesar 767% dalam semester pertama tahun 2017 menjadi kontribusi terbesar dalam rata-rata pertumbuhan *marketplace*. Shopee juga memimpin untuk rata-rata durasi *per view* selama 16 menit.¹

¹ Anonim, Sepuluh Toko Online Terbaik di Indonesia, <http://teknoliputan6.com/read/3068210/ini-10-toko-onlineterbaik-di-indonesia> (diakses pada 03 Februari 2019 pukul 19.00 WIB).

Dengan adanya layanan *e-commerce* maka konsumen dapat mengakses serta melakukan pemesanan produk dari berbagai tempat dengan mudah. Hal tersebut menyebabkan banyak perusahaan berlomba-lomba membuat layanan *online* atau layanan *e-commerce* yang berkualitas dan dapat dipercaya oleh konsumen agar memudahkan dan menambah *value* bagi produknya, lebih murah dan efisien. Hal ini berdampak besar terhadap penjualan jika banyak konsumen yang berkunjung ke situs *e-commerce* tersebut dan mengetahui merek yang sedang ditawarkan.

Bisnis *E-commerce* dalam pandangan mahasiswa merupakan bisnis yang baik. Pada bisnis *E-commerce* sebagian kecil dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah Semester 3 menilai bahwa faktor keamanan pengiriman barang masih sangat kurang. Hal ini disebabkan karena mahasiswa tersebut masih takut terjadi penyalahgunaan informasi finansial seperti penipuan. Selain itu mahasiswa juga takut jika barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang diterima. Dalam era digital seperti zaman

sekarang memang sudah banyak perusahaan–perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis *E-commerce* sehingga menumbuhkan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Salah satu masalah dalam penjualan online di Indonesia adalah sulitnya membangun kepercayaan pembeli. Berbelanja secara online memerlukan kepercayaan lebih karena tidak mudah untuk membangun kepercayaan diantara penjual dan pembeli online. Penjual dan pembeli tidak dapat bertemu secara langsung sehingga menyulitkan mereka untuk saling percaya. Penipuan dan kejahatan internet juga mempengaruhi kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, kepercayaan pelanggan adalah faktor yang perlu diperhatikan dalam e-commerce dengan kata lain, penjual online perlu membangun kepercayaan pelanggannya agar mampu berhasil dalam e-commerce.

Faktor lain yang juga mempengaruhi keputusan pembelian secara online selanjutnya yaitu faktor kemudahan. Penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari bagi

sebagian orang sangat memudahkan dalam aktivitas, tidak terkecuali dalam transaksi jual beli secara online. Kemudahan ini dapat dirasakan ketika saat ingin melakukan pembelian secara online maka pembeli hanya cukup tersambung dengan koneksi internet maka di manapun dan kapanpun pembelian secara online dapat dilakukan. Untuk memberikan rasa kemudahan dan kepercayaan Shopee memberikan informasi yang jelas dan detail. Dalam aplikasinya, Shopee menyediakan *feedback* atau testimoni dari pembeli sebelumnya, agar pembeli yang baru akan memulai pembelian memiliki referensi. Shopee juga memberikan kemudahan dalam pengaplikasian situsnya yaitu dengan tampilan yang menarik dan mudah digunakan. Mulai dari sistem notifikasi melalui pesan sms, serta perhitungan ongkos kirim yang otomatis penjual dan pembeli tidak perlu repot cek ongkos kirim, sistem akan langsung menghitung ongkos kirim yang harus dibayar oleh pembeli, serta pembeli juga bisa memilih kurir yang di inginkan.

Subyek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun Akademik 2018-2019 Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Peneliti mengambil subyek ini karena banyak mahasiswa FEBI yang membuka usaha Online Shop di Shopee, selain itu juga banyak mahasiswa FEBI yang menjadi konsumen atau langganan di berbagai toko Online salah satunya di situs Shopee. Hal ini dikarenakan pembelian di shopee sangat mudah, harga terjangkau dan mempersingkat waktu pembelian tanpa harus pergi ke toko secara langsung. Online Shop seperti shopee sangat sesuai bagi mahasiswa dengan jadwal kuliah yang padat serta tidak adanya waktu untuk berbelanja secara langsung bertatap muka dengan penjual di toko konvensional, karena belanja di Shopee dapat dilakukan dimana aja dan kapan saja. Shopee juga menyediakan berbagai promo agar konsumen tertarik untuk berbelanja di shopee.

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : ***Pengaruh Kepercayaan***

Pelanggan dan Kemudahan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Shopee (studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. *E-commerce* melibatkan lebih dari ketidakpastian dan risiko yang besar dibandingkan dengan transaksi yang dilakukan secara konvensional.
2. Adanya potensi kejahatan yang biasa terjadi pada transaksi Online menjadi kendala pengguna internet untuk melakukan pembelian secara Online.
3. Pembeli internet membatasi pembelian Online mereka karena kekhawatiran yang berkaitan dengan privasi dan keamanan informasi pribadi mereka.

4. Kepercayaan dan kemudahan, merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara Online.

Tidak adanya jaminan kualitas barang yang diberikan oleh pihak penjual Online.

C. Pembatasan Masalah

1. Untuk menghindari terlalu luasnya penelitian yang akan dilakukan maka peneliti membatasi variabel-variabel yang menjadi objek penelitian. Untuk variabel independen terdapat dua variabel, pertama Kepercayaan Pelanggan dan yang kedua Kemudahan Pelanggan, untuk variabel dependennya adalah Keputusan Pembelian secara Online.
2. Subyek Penelitian adalah Mahasiswa Fakultas FEBI Jurusan Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 UIN SMH Banten.
3. Data yang di gunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan kepada

Mahasiswa Fakultas FEBI Jurusan Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 UIN SMH Banten berupa kuesioner.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh antara Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian secara Online di situs Shopee pada Mahasiswa FEBI Jurusan Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 UIN SMH Banten?
2. Apakah ada pengaruh antara Kemudahan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di situs Shopee pada Mahasiswa FEBI Jurusan Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 UIN SMH Banten?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui uji analisis pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian secara Online di

situs Shopee pada Mahasiswa FEBI Jurusan Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 UIN SMH Banten.

2. Untuk mengetahui uji analisis pengaruh Kemudahan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian secara Online di situs Shopee pada Mahasiswa FEBI Jurusan Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 UIN SMH Banten.

F. Manfaat Penelitian

Dari berbagai permasalahan di atas, maka manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini, yaitu:

1. Secara Teoretis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pelaku bisnis Online, agar dapat merumuskan strategi pemasaran yang baik, sehingga bisnis yang dijalankan semakin maju.

2. Secara Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan serta wawasan dan menambah kemampuan menganalisa permasalahan dengan menggunakan teori yang ada.

b. Bagi Akademik

Memberikan manfaat seluk beluk bisnis Online dan dapat mengetahui bertransaksi Online yang aman, serta dapat membuka peluang bisnis. Selain itu penelitian ini bisa dijadikan salah satu sumber referensi mengenai *E-Commerce*.

c. Bagi Masyarakat Umum

Dengan penelitian ini dapat membantu masyarakat saat melakukan pembelian secara online. Masyarakat mendapatkan informasi, kemudahan belanja, dan bertransaksi secara online.

d. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini bisa dijadikan salah satu sumber referensi dan bahan perbandingan untuk peneliti-peneliti selanjutnya mengenai *E-commerce*.

G. Kerangka Pemikiran

Jual beli tidak akan pernah terlepas dari dunia pasar dan pemasaran, keduanya saling erat dan berkaitan agar produk laris terjual di pasaran. Pasar adalah tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa pasar memiliki tempat tertentu, sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa.² Hal yang perlu diperhatikan oleh konsumen dalam bertransaksi adalah memastikan bahwa barang/jasa yang akan dibelinya sesuai dengan yang disifatkan oleh penjual sehingga tidak menimbulkan perselisihan di kemudian hari. Beragamnya pilihan dalam memenuhi kebutuhan hidup akan sangat

² Sudaryono, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2015), Hal. 185

menguntungkan masyarakat untuk leluasa memilih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, disinilah, perilaku konsumen menempati posisi penting.

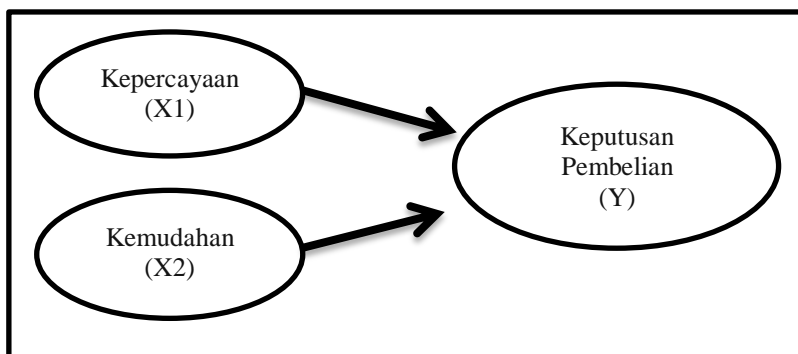
Kepercayaan konsumen kepada layanan yang diberikan secara online oleh suatu perusahaan akan menciptakan isu atau rumor yang beredar cepat, tidak hanya di dunia maya akan tetapi juga di dunia nyata dan hal ini akan membuat orang sadar akan keberadaan sebuah produk dan membuat orang tersebut semakin ingin mencari tahu akan informasi produk tersebut yang pada akhirnya akan memunculkan keputusan pembelian produk tersebut.

Setelah pelanggan percaya dan tibalah waktunya bagaimana produsen menciptakan kemudahan terhadap pemasaran. Produsen biasanya menciptakan kemudahan dalam memperoleh produk dengan cara mengirimkan suatu produk ataupun barang yang dipesan oleh pelanggan, meskipun terkadang dapat diperoleh pelanggan dengan cara transaksi langsung. Bila konsumen merasa suatu produk mudah digunakan, mereka akan merasakan kegunaan produk itu untuk

memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Kemudahan dalam mencari barang dalam jual beli Online juga menjadi hal yang paling utama, hal ini dikarenakan dengan adanya kemudahan konsumen bisa memilih produk yang diinginkan.

Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka pemikiran yang dapat menjadi landasan dalam penulisan yang pada akhirnya dapat diketahui variabel mana yang paling dominan mempengaruhi Keputusan Pembelian secara Online di situs Shopee. Variabel-variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen. Sedangkan Kepercayaan dan Kemudahan sebagai variabel independent. Berdasarkan pernyataan diatas dan penelitian terdahulu maka dapat disusun sebuah kerangka pemikiran teoritis seperti yang tersaji pada gambar berikut ini:

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran Teoritis



H. Sistematika Pembahasan

BAB KE – I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan di uraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB KE – II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

Pada bab ini akan menguraikan mengenai landasan teori yang mendukung penelitian, hasil penelitian sebelumnya yang terkait digunakan sebagai acuan dalam penelitian.

BAB KE – III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang ruang lingkup penelitian, penentuan populasi sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan

data, identifikasi dan operasional variabel, serta analisis data.

BAB KE – IV DESKRIPSI HASIL PENELITIAN

Menguraikan deskripsi objek penelitian, analisis kuantitatif, interpretasi hasil dan argumentasi terhadap hasil penelitian.

BAB KE – V PENUTUP

Bab ini akan mengemukakan simpulan dan saran atas penelitian yang dilakukan.