

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Di dunia modern saat ini, hampir tidak mungkin meraih penjualan kepada sebanyak mungkin orang dengan cara menawarkan barang dari pintu ke pintu. Terlalu banyak biaya operasional dan pemasar yang tidak bisa lagi berkeliling untuk mengantarkan barang membuat penjualan barang dengan cara tradisional menjadi sulit. Kemajuan teknologi dan komunikasi khususnya teknologi internet saat ini telah memudahkan para pedagang untuk memasarkan barang dan jasa yang mereka hasilkan. Salah satu dampak yang paling terlihat dari pertumbuhan Internet adalah munculnya berbagai situs *e-commerce* yang menawarkan berbagai produk secara online sehingga pembeli tidak perlu lagi datang langsung ke toko. Tren pembelian online mulai diminati oleh konsumen karena proses keputusan pembelian yang praktis. Pembelian online dapat menghemat waktu, menghemat biaya dan memudahkan kita dalam melakukan pembelian tanpa mendatangi toko yang dituju. Menurut Kolter dan Keller, (2009: 208).

Banyak Perusahaan *e-commerce* bermunculan di Indonesia salah satunya adalah Shopee. Shopee menjadi toko online dengan jumlah pengunjung tertinggi yaitu mencapai 71,53 juta pengunjung di atas Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli, dan lain sebagainya. Hal ini menunjukkan bahwa Shopee merupakan toko online terbesar di Indonesia. Aplikasi Shopee digunakan oleh masyarakat Indonesia karena kemudahan penggunaannya. Mulai dengan memilih produk, lihat produk dengan harga yang tercantum, promosi hebat, diskon, pengiriman gratis, sistem pembayaran dengan banyak opsi, dan masih banyak lagi. Shopee juga mencantumkan sejumlah fitur, shopee.id memberikan fasilitas transaksi online sekaligus dengan pilihan metode pembayaran diantaranya kartu kredit, transfer bank, pihak ketiga dan juga terdapat fitur *cash on Delivery* (COD).

Adanya fitur *cash on delivery* (COD) menjadi metode pembayaran yang menarik bagi pengguna aplikasi Shopee, namun fungsi *cash on delivery* (COD) tidak selalu menguntungkan semua penjual, terutama bagi pengguna yang terkadang mengalami kendala. Belanja online dengan sistem pembayaran *Cash On Delivery* (COD) berulang kali menimbulkan permasalahan. Permasalahan ini terutama banyak menimpa kurir atau petugas ekspedisi yang mengantar barang sekaligus menagih biaya pembelian kepada konsumen. Hal ini terjadi karena pengguna tidak mau membayar barang tersebut dengan alasan produk tersebut tidak sesuai seperti foto produk yang tertera di aplikasi Shopee. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa identifikasi masalah pada fitur cod masih banyak kekurangannya.

Selain itu Shopee juga memiliki fitur *flash sale* yang sering disebut “*daily deal*”. yaitu layanan atau program tambahan yang telah diterapkan oleh banyak *marketplace* yang beroperasi di Indonesia. Dengan adanya *flash sale*, para pelanggan *marketplace* akan berpeluang mendapatkan keuntungan besar dari potongan harga atau harga spesial yang merupakan bagian dari promosi penjualan yang memberikan pelanggannya penawaran khusus atau diskon untuk produk tertentu dalam waktu yang terbatas. Penawaran singkat ini sangat diminati oleh konsumen dikarenakan harga barang yang mereka inginkan jauh lebih rendah pada saat program *flashsale* berlangsung dibandingkan harga normal.

Untuk mengetahui produk yang sedang *flash sale*, *marketplace* biasanya akan membuat fitur tersendiri. Produk-produk *flash sale* akan ditawarkan secara khusus dan biasanya akan berada di halaman teratas tampilan website atau aplikasi *marketplace*, Shopee juga memberikan fitur notifikasi yang akan muncul 10 menit sebelum *flash sale* berlangsung sehingga konsumen tidak tertinggal penawaran tersebut. Namun biasanya mereka akan memperoleh beberapa kendala ketika ada program sale yaitu: Situs e-commerce menjadi lebih sulit

untuk diakses, hal tersebut dikarenakan banyak konsumen yang ingin membeli produk *flash sale* sebelum kehabisan. Tidak bisa menyelesaikan transaksi. Kerap kali konsumen mengalami gagal transaksi. Misalnya saja saat sudah masuk proses *check out* dan tinggal bayar, namun secara tiba-tiba data belanja hilang karena tidak stabilnya sistem saat melakukan flash sale.

Apabila dalam fitur-fitur Shoope ini sering terjadi masalah, maka hal semacam ini akan dapat menyebabkan keraguan konsumen dan konsumen akan menentukan fitur – fitur yang mudah dapat diakses serta memilih toko mana yang memenuhi kriteria mereka dan akhirnya melakukan keputusan pembelian. Kemudian sebelum memutuskan untuk membeli, dalam hal ini keputusan pembelian online ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan diantaranya adalah kepercayaan (**trust**), bertransaksi secara online memiliki kepastian dan informasi yang tidak simetris. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dan menurut Sumarwan, (2003:5). Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasaran dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen. Pembelian adalah keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, di mana membeli, dan bagaimana cara pembayarannya

Bersumber pada penjelasan serta fenomena di atas, hingga penulis tertarik buat mempelajari aspek yang pengaruhi atensi konsumen buat berbelanja pada web jual beli Shopee serta setelah itu menuangkannya dalam wujud skripsi dengan judul: **“Pengaruh Fitur COD dan *Flash Sale* Terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa ITB AD Aktif Angkatan 2018 Jakarta )”**

### **1.1. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus, dan tidak meluas, penulis membatasi masalah penelitian tersebut dari uraian latar belakang diatas yaitu laporan ini hanya membahas tentang pengaruh fitur *cash on delivery* (cod) dan *flash sale* terhadap keputusan pembelian di *marketplace* shopee.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Bersumber pada penjelasan pada latar belakang di atas penelitimenumuskan kasus ialah sebagai berikut:

1. Apakah fitur *Cash On Delivery* (COD) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *marketplace* shopee.
2. Apakah fitur *Flash Sale* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *marketplace* shopee.
3. Apakah Fitur *Cash On Delivery* (COD) dan *Flash Sale* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *marketplace* shopee.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang mau dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini merupakan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *fitur cash on delivery* terhadap keputusan pembelian secara online pada mahasiswa aktif ITB AD Jakarta 2018 pengguna aplikasi shopee.
2. Menganalisis pengaruh *fitur flash sale* terhadap keputusan pembelian secara online pada mahasiswa aktif ITB AD Jakarta 2018 pengguna aplikasi shopee.
3. Menganalisis pengaruh *fitur cash on delivery* dan *flash sale* secara simultan terhadap keputusan pembelian secara online pada mahasiswa aktif ITB AD Jakarta 2018 pengguna aplikasi shopee.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dari hasil riset ini nantinya diharapkan bisa memberikan masukan untuk bermacam pihak, ialah:

1. Bagi Penulis

Diharapkan berguna untuk menaikkan pengetahuan serta uraian periset tentang *fitur cash on delivery* (COD) serta *flash sale*, terhadap keputusan pembelian di toko online shopee.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan selaku bahan masukan ataupun data bonus untuk usaha serta pihak - pihak yang berkepentingan dalam tingkatkan penjualan produk spesialnya pihak Shopee.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil peneiltian ini dapat digunakan selaku bahan perbandingan serta rujukan pada riset berikutnya.