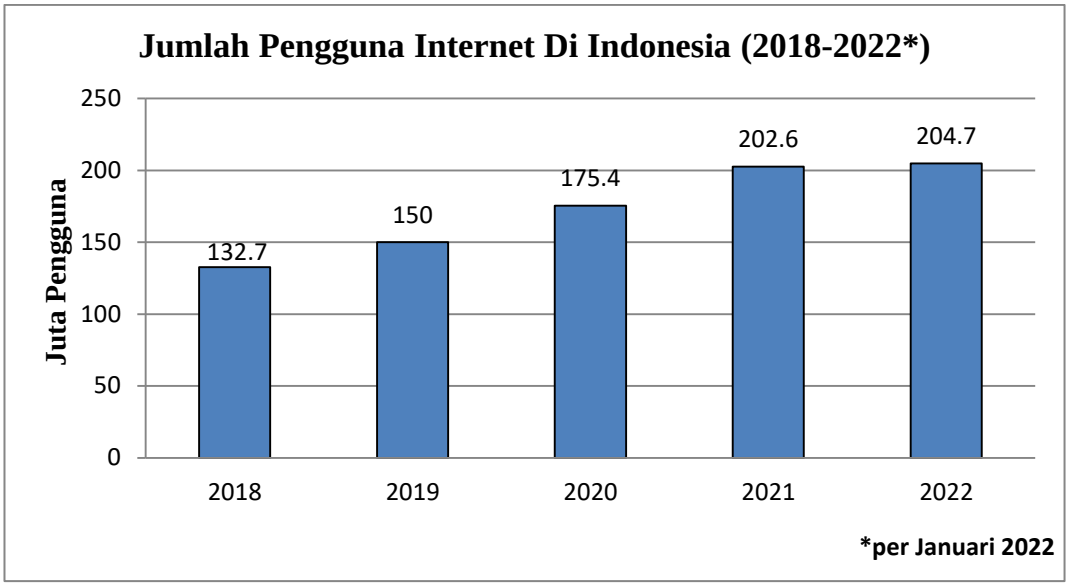
BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era digital saat ini yang semakin berkembang, internet bukan lagi menjadi suatu hal yang tabu bagi seluruh masyarakat di dunia ini. Hampir tidak ada orang yang tidak tahu internet, Internet menghubungkan berjuta hingga milyaran pengguna tidak hanya di suatu tempat melainkan di seluruh dunia. terdapat beberapa kegunaan dari internet seperti untuk mengakses informasi, mengirim email, sarana komunikasi, dan sarana hiburan. Dengan semakin berkembangnya pengguna internet membuat sebuah peluang baru pada bidang bisnis, yaitu bisnis belanja online. Belanja online memiliki beberapa keuntungan atas belanja tradisional salah satunya adalah pembelanjaan secara online dapat diakses dengan jangkauan yang luas, dimana saja dan kapan saja sehingga konsumen tidak perlu menyisihkan waktunya untuk belanja produk secara langsung , melainkan konsumen dapat berbelanja sambil melakukan kegiatan lain. Khususnya dengan adanya internet telah mampu mengubah cara perusahaan untuk berkomunikasi, bagaimana perusahaan menyebarkan informasi dengan rekan bisnisnya, dan bagaimana mereka memperjual belikan produk mereka.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah populasi di Indonesia mencapai 266 juta jiwa. Dari data tersebut pengguna internet di Indonesia hingga kuartal II 2020 ini mencapai 73,7 persen. Angka tersebut naik jika dibandingkan 2018 lalu yang hanya sebesar 64,8 persen. Menurut laporan We Are Social, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Tanah Air per Januari 2022. Jumlah itu naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta. Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir (Sumber: databoks.katadata.co.id).



Sumber: Databoks

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia (2018-2022*)

Melonjaknya pengguna internet didukung oleh beberapa faktor salah satunya pandemi Covid-19 yang terjadi dalam dua tahun terakhir dimana aktivitas masyarakat sebagian besar dilakukan dirumah saja. Perkembangan teknologi dan internet telah membuka pasar baru yang disebut oleh Kotler pasar digital. Menurut, Kotler dan Keller (2012:9) pasar sama dengan pasar fisik seperti toko tempat anda belanja; dan sama dengan pasar digital, saat anda berbelanja online. Pertumbuhan industri *e-commerce* di Indonesia yang semakin meningkat memudahkan penggunanya untuk menjual atau membeli barang yang diinginkan tanpa harus pergi ke toko. Keberadaan teknologi internet dapat memudahkan masyarakat untuk menghemat waktu dalam melakukan aktivitas sehari-hari.

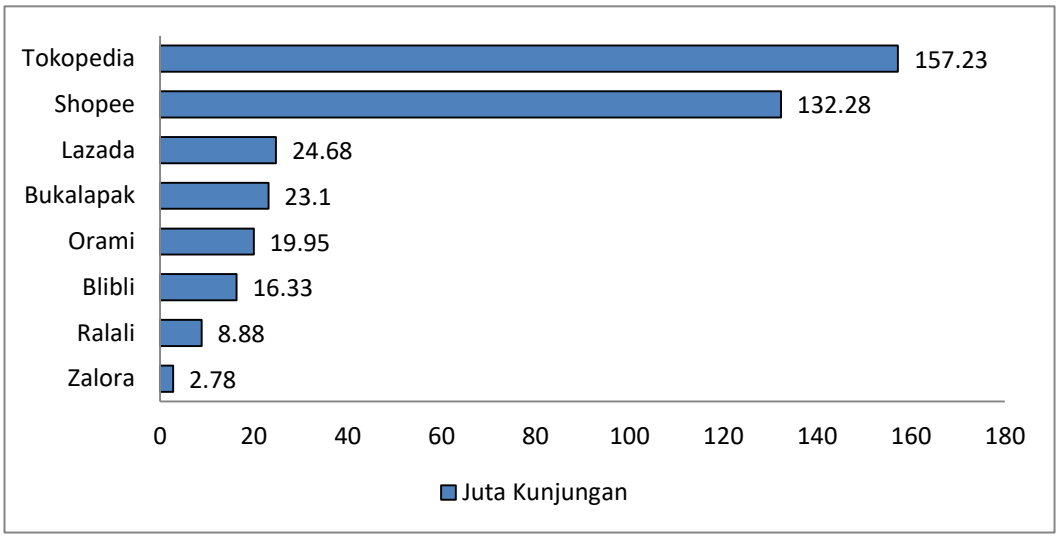
Menurut, CEO Intrepid Indonesia sebelum terjadi pandemi masyarakat hanya menghabiskan waktu kira-kira 3 jam saja dan saat pandemi dapat menghabiskan waktu sekitar 4 jam lebih untuk menggunakan internet. Dapat dilihat sekarang ini ketika aturan sudah tidak ketat dan rutinitas kembali normal, waktu masyarakat untuk menggunakan internet jumlahnya tetap stabil. Kini kehadiran internet tidak hanya berkomunikasi tetapi sudah membuka peluang bagi siapa saja terutama untuk melakukan kegiatan jual beli online. Konsumen lebih banyak menghabiskan waktu menjelajahi berbagai layanan *e-commerce*, terutama di awal pandemi 2020. Produk seperti kebutuhan harian, produk kesehatan,

produk rumah dan *lifestyle,* hingga hobi, menjadi pilihan sebagian besar masyarakat Indonesia saat pandemi. Saat pandemi kebanyakan dari mereka menghabiskan waktu di rumah dan memilih untuk belanja secara *online* (Sumber: dailysocial.id).

Tingginya minat masyarakat terhadap model jual-beli e-commerce ini memang didukung oleh beberapa manfaat positif dari e-commerce itu sendiri. Dari sudut pandang konsumen, kehadiran e-commerce dapat dikatakan sangat memudahkan mereka jika hendak membeli suatu produk. Konsumen dapat melakukan pembelian tanpa harus beranjak keluar rumah, cukup dengan bermodalkan jaringan internet, maka konsumen dapat memilih produk-produk yang hendak mereka beli. Untuk pembayaran dapat dilakukan dengan metode transfer melalui aplikasi *mobile banking* yang terdapat di *smartphone.* Setelah itu, konsumen hanya tinggal menunggu, dan produk yang telah dipesan akan diantarkan ke rumah. Kemudian, model penjualan dengan berbasiskan internet ini cukup dapat membantu penjual dalam menjalankan roda usahanya. Salah satu bentuk manfaat dari adanya *e-commerce* ini bagi para penjual ialah, para pelaku usaha dapat semakin memperluas jangkauan pasarnya. Hal ini dikarenakan, penyebaran informasi tentang suatu produk dapat dilakukan secara lebih cepat, dan memiliki cakupan yang sangat luas (Sumber: kompasiana.com).

Selain itu, keberadaan *e-commerce* juga dapat membantu mereka para pelaku usaha yang masih pemula dalam memangkas besaran modal awal. Salah satu pos anggaran yang dapat dipangkas melalui model penjualan berbasis internet ini ialah, modal untuk menyewa atau membeli tempat usaha. Pos anggaran ini dapat dipangkas sebab, praktik penjualan tetap dapat dilakukan di tempat tinggal yang telah dimiliki sebelumnya, sekalipun dalam kacamata peluang usaha, tempat tersebut dianggap kurang strategis. Meski terkesan sederhana, model jual-beli berbasiskan internet ini juga tetap membutuhkan instrumen pendukung untuk menunjang proses jual-beli yang berlangsung tersebut. Dua instrumen yang cukup penting ialah, *smartphone* dan juga jaringan internet. Selain daripada smartphone sejatinya, perangkat seperti laptop dan *personal computer* juga dapat digunakan, akan tetapi dari sudut pandang konsumen tentu penggunaan *smartphone* jauh

lebih mudah dan fleksibel, dibandingkan bila menggunakan laptop atau *personal computer* (Sumber: kompasiana.com).



Sumber: Dataindonesia

Gambar 1.2 Data Pengunjung Website E-Commerce Bulanan Terbanyak (Kuartal I/2022)

Tokopedia menduduki peringkat pertama. Persentase tersebut menjadi yang paling tinggi dibandingkan *e-commerce* lainnya seperti Shopee, Lazada dan lain-lain. Tokopedia adalah pelopor platform jual beli online yang membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli di seluruh Indonesia. Banyak sekali masyarakat yang menggunakan *e-commerce* ini untuk berjualan dan membeli produk karena pengunaannya yang sangat praktis, nyaman dan juga harga yang lebih murah dibandingkan di toko. Berbelanja online ini sangat cocok untuk orang yang tidak suka keluar rumah, dan juga desak-desakan. Karena belanja online bisa memilih barang dengan santai tanpa terburu-buru.

Tokopedia diluncurkan pertama kali pada tanggal 17 Agustus 2009 dengan misi Tokopedia "Pemerataan Ekonomi Secara Digital". Tokopedia terus mengembangkan visinya dengan selalu melakukan inovasi. Dengan slogan Tokopedia, lebih lengkap lebih aman dan lebih murah memungkinkan penggunanya untuk dapat memilih berbagai barang yang tersedia di Tokopedia tanpa perlu khawatir terhadap penipuan. Bahkan, sebagai mall online yang merupakan tempat berkumpulnya toko-toko online terpercaya di seluruh Indonesia, pengguna atau yang sering disebut toppers dapat membandingkan

harga dari berbagai toko yang ada di tokopedia, sehingga memungkinkan toppers untuk mendapatkan produk yang diinginkan dengan harga yang lebih murah. Jika seseorang ingin berbelanja, cukup mudah dan pada dasarnya sama dengan belanja di dunia nyata (belanja konvensional) yaitu dengan cara mencari barang yang diinginkan, berinteraksi kepada penjual, baik dalam melakukan tawar menawar sampai persetujuan pembelian barang, dan juga pengiriman barang yang telah di setujui untuk dibeli. Website ini tidak hanya merupakan website jual beli saja, tapi juga penyedia toko online yang mempunyai pelayanan yang maksimal kepada para konsumennya. Konsep dari website ini adalah memberikan pelayanan tanpa sekat pada para konsumennya. Hal ini ditunjukkan dengan adanya berbagai fitur khas untuk para konsumen berbagai ceritanya selama berbelanja online dengan menggunakan website ini. Tokopedia dapat digunakan di *gadget* atau *smartphone* dengan masuk ke situs pencarian seperti google dan dapat di unggah melalui Apple App Store dan Google Play (Sumber: tokopedia.com).

Untuk berbelanja secara online di toko online Tokopedia ini harus mempunyai akun terlebih dahulu agar bisa melakukan transaksi jual beli. Hal ini tentunya masih jarang dilakukan oleh website-website bisnis lainnya. Pendaftaran ini akan mempermudahkan dalam melakukan jual beli dengan menggunakan website ini. Untuk menjadi member sendiri caranya sangat mudah. Yang paling penting tidak akan dipungut biaya satu rupiah pun untuk pendaftaran. Selain mudah untuk bergabung menjadi member, ada banyak keuntungan yang bisa didapatkan setelah menjadi member toko online di tokopedia ini (Sumber: tokopedia.com).

1. Banyak pilihan barang dan jasa yang dibeli

   Berbelanja online di website Tokopedia bisa memilih dan juga membeli berbagai barang dan juga jasa yang disediakan. Harga yang ditawarkan oleh toko online ini juga sangat terjangkau dan sering memberikan diskon besar untuk para konsumennya. Terlebih jika bergabung menjadi member khusus bisa menikmati berbagai diskon dan juga kelebihan dari menjadi member khusus ini.

2. Bisa akses 3 fitur unggulan

Kelebihan atau keuntungan lainnya menjadi member tetap tokopedia.com adalah bisa mengakses 3 fitur unggulan yang ada didalamnya. Fitur ini hanya ada di website ini dan tidak bisa ditemukan pada website bisnis lainnya. Fitur unggulan yang pertama adalah success story yang merupakan fitur yang menyediakan berbagai kisah sukses orang yang sudah bergabung dalam website ini. Yang kedua yaitu behind the scene. Fitur ini memberikan gambaran cara kerja secara global jadi ada transparansi antara toko dan juga konsumennya. Ketiga adalah fitur cerita berdirinya website ini. Ada banyak cerita dan juga perjalanan website ini dari awal sampai akhir.

3. Aman dan mudah dalam bertransaksi

Keuntungan yang paling terasa ketika bergabung menjadi member toko online ini adalah keamanan dan bertransaksi. Tidak perlu takut tertipu dengan penjual yang nakal didalam website ini karena transaksi yang dilakukan dibayarkan ke perusahaan bukan langsung ke penjual. Jadi, ketika merasa tertipu dengan jasa atau barang yang dijual uang bisa dikembalikan 100% tanpa pemotong.

4. Ada saldo yang bisa diuangkan

Ini dia keuntungan menjadi member tetap dan aktif yaitu bisa menguangkan saldo yang kita miliki. Saldo yang sudah tersimpan disini tidak hanya bisa di gunakan untuk berbelanja tapi juga bisa diuangkan jika menginginkannya. Cara menguangkannya juga sangat mudah dan tidak ada syarat khusus.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN KUALITAS WEB TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN (Studi Kasus Pengguna Tokopedia Di Jakarta Timur)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah pokok penelitian ini dapat dirumuskan masalah-masalah yang menjadi pokok bahasan penelitian ini adalah

1. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian pada Pengguna Tokopedia Jakarta Timur?
2. Apakah kualitas web berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian pada Pengguna Tokopedia Jakarta Timur?
3. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh langsung terhadap kepercayaan konsumen pada Pengguna Tokopedia Jakarta Timur?
4. Apakah kualitas web berpengaruh langsung terhadap kepercayaan konsumen pada Pengguna Tokopedia Jakarta Timur?
5. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian pada Pengguna Tokopedia Jakarta Timur?
6. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen pada Pengguna Tokopedia Jakarta Timur?
7. Apakah kualitas web berpengaruh tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen pada Pengguna Tokopedia Jakarta Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untutk mengetahui pengaruh langsung kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian pada pengguna web tokopedia di Jakarta Timur
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas web terhadap keputusan pembelian pada pengguna web tokopedia di Jakarta Timur

3. Untuk mengetahui pengaruh langsung kemudahan transaksi terhadap kepercayaan konsumen pada pengguna web tokopedia di Jakarta Timur
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas web terhadap kepercayaan konsumen pada pengguna web tokopedia di Jakarta Timur
5. Untuk mengetahui pengaruh langsung kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada pengguna web tokopedia di Jakarta Timur
6. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen pada pengguna web tokopedia di Jakarta Timur
7. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas web terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen pada pengguna web tokopedia di Jakarta Timur.

1.4 Manfaat Peneltian

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai kemudahan transaksi dan kualitas web terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen.

b. Bagi Ilmu Pengetahuan

Sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu selama di bangku perkuliahan serta menambah wawasan dan pengetahuan terhadap permasalahan manajeman pemasaran pada lingkungan atau masyarakat sekitar.

c. Bagi Perusahaan atau E-commerce

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi bagi pemilik perusahaan online shop untuk mengetahui pengaruh kemudahan transaksi dan kualitas web terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen.