

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, teknologi informasi mengalami kemajuan yang sangat besar salah satunya adalah perkembangan internet. Keadaan ini mengharuskan para pebisnis untuk memanfaatkan era digital dalam penerapan bisnisnya karena siapa yang tidak biasa mengikuti teknologi, maka ia dipastikan akan tertinggal. Salah satunya pemanfaatan internet dalam bisnis adalah penerapan *e-commerce*.

Pandemi merupakan sebuah epidemi yang menyebar ke beberapa Negara atau benua, dan dapat menjangkit banyak orang yang menginfeksi *system* pernafasan. Pandemi Covid-19 merupakan coronavirus jenis baru yang ditemukan pada manusia pada Desember 2019, yang penyebarannya terjadi pertama kali di Wuhan, China.

Pada pertengahan bulan Maret 2020 Covid-19 sudah mulai menyebar di Indonesia, sehingga pemerintah mulai memberlakukan kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) agar dapat menahan laju pergerakan virus tersebut, sehingga masyarakat melakukan semua kegiatan di rumah atau dikenal dengan *Work From Home* (WFH). Lalu pada bulan Juni, pemerintah mulai memberlakukan *New Normal* tetapi dengan tetap menaati protokol kesehatan, yaitu dengan menggunakan masker 3 lapis, mencuci tangan setelah menyentuh sesuatu, membawa *hand sanitizer*, serta menjaga jarak minimal 1,5 meter.

Efek dari pandemi Covid-19 ini memiliki banyak pengaruh dalam berbagai aspek, termasuk tingkah laku masyarakat dalam berbelanja. Belanja online menjadi alternatif bagi konsumen karena lebih nyaman daripada belanja online yang biasanya dihubungkan dengan keramaian, kecemasan, kemacetan lalu lintas, waktu yang terbatas dan keterbatasan tempat parkir. Dengan kenyamanan dan kemudahan, konsumen akan lebih memilih berbelanja online untuk memenuhi berbagai kebutuhannya. Menurut Fatoni et al (2020)

menjelaskan selama masa pandemi Covid-19 konsumen lebih menghindari kontak fisik (*physical distancing*).

Banyak sektor yang terkena imbas dari pandemi ini, salah satunya yang terasa adalah sektor ekonomi. Tidak sedikit perusahaan yang menutup usahanya, ada yang memutus hubungan kerja karyawannya dan ada yang memotong gaji/upah karyawan demi kelangsungan perusahaan, karena kita ketahui bahwa pemerintah membuat kebijakan *lockdown* untuk menutup daerah-daerah agar penyebaran virus bisa berkurang, yang berarti ketika ada penutupan daerah maka akan berimbas pada sektor ekonomi juga, karena produksi menurun dan permintaan pasar juga menurun.

Berkaitan dengan adanya *Work From Home* atau WFH dan *social distancing* membuat gerak masyarakat dalam kehidupan menjadi tersendat karena pada *Work From Home* atau WFH masyarakat tidak bisa keluar rumah dan dengan *social distancing* masyarakat dilarang keras untuk berkegiatan yang sifatnya berkumpul atau berkelompok. Padahal mereka harus tetap memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini mempengaruhi kehidupan masyarakat termasuk sektor ekonomi. Banyak toko dan tempat jual beli yang ditutup sehingga masyarakat menjadi sulit untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Larangan untuk keluar rumah membuat ruang gerak masyarakat menjadi lebih sempit. Padahal justru isaat seperti ini kebutuhan hidup semakin bertambah. Untuk mengatasi keadaan ini masyarakat mulai banyak yang melirik untuk melakukan kegiatan belanja secara online karena selain tidak perlu keluar rumah, sekarang banyak kebutuhan hidup yang dijual secara *online*.

Selain karena kebutuhan, berbelanja online di imasa pandemi juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah harga produk, kualitas pelayanan, kepercayaan, kemampuan daya beli dan juga kepuasan berbelanja.

Harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi pembelian secara online. Semakin terjangkau harga suatu barang semakin banyak minat beli. Biasanya harga produk yang ditawarkan secara online cenderung lebih rendah daripada offline, karena penjualan online tidak memerlukan biaya sewa tempat, biaya fasilitas (seperti listrik dan air), dan biaya gaji pegawai. Faktor kedua ialah

kualitas pelayanan, dimana dengan memberikan nilai kepuasan terhadap konsumen dapat berakibat pada loyalitas konsumen yang dapat mempengaruhi minat berbelanja online. Faktor berikutnya yaitu kepercayaan yang merupakan dasar dalam sebuah hubungan antara pihak satu dan lainnya, yang saling menguatkan agar terdapat jalinan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Dalam sistem jual beli *online* faktor kepercayaan selalu menjadi pertimbangan karena disini pembeli tidak bisa melihat barang secara langsung dan si penjual pun kadang tidak langsung menerima pembayaran. Jadi tidak ada transaksi secara nyata, hanya berdasarkan rasa percaya. Apabila faktor ini tidak ada maka jual beli *online* tidak akan pernah terjadi.

Di Indonesia, belanja *online* telah menjadi pilihan oleh banyak pihak untuk memperoleh suatu barang. Pertumbuhan *e-commerce* yang terus meningkat di Indonesia membuat Shopee ikut meramaikan industri ini. Shopee merupakan situs jual beli atau market place online yang khusus menyediakan transaksi jual beli.

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap kemampuan daya beli dan kepuasan berbelanja online selama pandemi covid-19 di Shopee pada masyarakat golongan millennial di Jakarta.

1.2 □ Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis jelaskan diatas, terdapat beberapa hal yang menjadi perhatian khusus dan dasar keinginan untuk melakukan penelitian. Adapun terdapat beberapa permasalahan yang timbul, yaitu:

1. Apakah harga produk berpengaruh terhadap kemampuan daya beli berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kemampuan daya beli berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee?

3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kemampuan daya beli berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee?
4. Apakah harga produk berpengaruh terhadap kepuasan berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee?
6. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee?
7. Apakah harga produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kemampuan daya beli berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee?
8. Apakah harga produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee?

1.3 □ Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Menganalisis pengaruh harga produk terhadap kemampuan daya beli berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee?
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kemampuan daya beli berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee?
3. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kemampuan daya beli berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee?
4. Menganalisis pengaruh harga produk terhadap kepuasan berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee?
5. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee?
6. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee?

7. Menganalisis pengaruh harga produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan terhadap kemampuan daya beli berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee?
8. Menganalisis pengaruh harga produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee?

1.4 □ Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk memberikan pengetahuan tambahan untuk pihak-pihak yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan wawasan baru mengenai harga produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap kemampuan daya beli dan kepuasan berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee.
 - b. sebagai bahan acuan, informasi, dan referensi untuk penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktisi

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk menerapkan teori yang diperoleh pada masa perkuliahan dan menambah wawasan penulis dengan memberikan pengetahuan tentang pengaruh harga produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kemampuan daya beli dan kepuasan berbelanja.

- b. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memecahkan masalah yang dihadapi perusahaan terutama berkaitan dengan pengaruh harga produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kemampuan daya beli dan kepuasan berbelanja.

1.5 □ Batasan Masalah

1. *Online Shop* yang menjadi amatan peneliti adalah Shopee.
2. Variabel yang menjadi amatan peneliti yaitu harga produk, kualitas pelayanan, kepercayaan, kemampuan daya beli dan kepuasan berbelanja *online* selama pandemi covid-19 di shopee.
3. Responden yang menjadi sampel adalah masyarakat millennial yang berdomisili di Jakarta yang berbelanja *Online* di Shopee.
4. Masa penelitian selama Covid-19.

1.6 □ Sistematika Penulisan

Secara garis besar penelitian ini akan dibagi kedalam 5 (lima) pokok bahasan atau 5 bab, masing-masing bab dibagi dalam beberapa sub-sub sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dipaparkan teori-teori yang telah diperoleh melalui studi pustaka dan berbagai literature yang berkaitan dengan masalah penelitian yang telah ditetapkan sebagai landasan pembahasan serta berisi tentang penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Terdiri dari desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual, operasional variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisi uraian tentang deskripsi data terkait dengan judul penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan untuk menjawab

rumusan masalah penelitian.

BAB V : PENUTUP

Penutup yang mengambil beberapa kesimpulan dan mencoba memberikan saran-saran sebagai sumbangan dari pemecahan masalah yang dihadapi.

