

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembang zaman berbelanja semakin canggih apalagi pada zaman 4.0 ini dimana teknologi semakin canggih membuat seluruh aktivitas berubah menjadi serba instan. Media berbelanja dan pembayaran non tunai sekarang makin berkembang terlebih adanya *smartphone*. Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat kini hadir bisnis *online* yaitu *platform* berbelanja shopee dan dompet digital shopeepay yang sangat memudahkan masyarakat. Kemajuan teknologi memudahkan para konsumen yang memiliki keterbatasan waktu dalam memenuhi kebutuhan. Dalam melakukan pembelian, konsumen memiliki beberapa pertimbangan sebelum memutuskan untuk membeli produk dari pertimbangan-pertimbangan diantaranya harga, ulasan produk, dan metode pembayaran apa yang akan digunakan (Shafa & Hariyanto, 2020). Adanya toko online membuat konsumen tidak mengeluarkan banyak tenaga dan waktu untuk berbelanja. Konsumen tinggal membuka marketplace, memilih barang yang dibutuhkan dan membayar barang yang sudah dipilih melalui transfer atau dompet digital lainnya yang saat ini menjadi salah satu sistem unggulan (Kusumawati et al., 2020).

Konsumen yang suka berbelanja online dan sering melakukan pembelian impulsif yaitu konsumen generasi Z yang dianggap berbeda dengan generasi sebelumnya karena sudah semakin melek teknologi dan internet. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik mencatat mayoritas penduduk Indonesia didominasi oleh generasi Z (lahir pada tahun 1997 – 2012) (BPS, 2020). Proporsi Generasi Z di Indonesia sebanyak 27,94 persen yaitu berjumlah 74,93 juta jiwa (BPS, 2020). Generasi Z merupakan generasi yang saat ini mendominasi belanja online dibandingkan dengan generasi lainnya karena generasi ini cenderung memiliki karakter hedonis, konsumtif serta boros. Hal tersebut dikarenakan generasi Z mudah terpengaruh oleh stimulus yang menarik konsumen untuk melakukan pembelian (Wahyuni, 2017).

Shopee merupakan salah satu aplikasi *mobile E-commerce* (jual beli online) yang diluncurkan pada tahun 2009 di Singapura dan memperluas

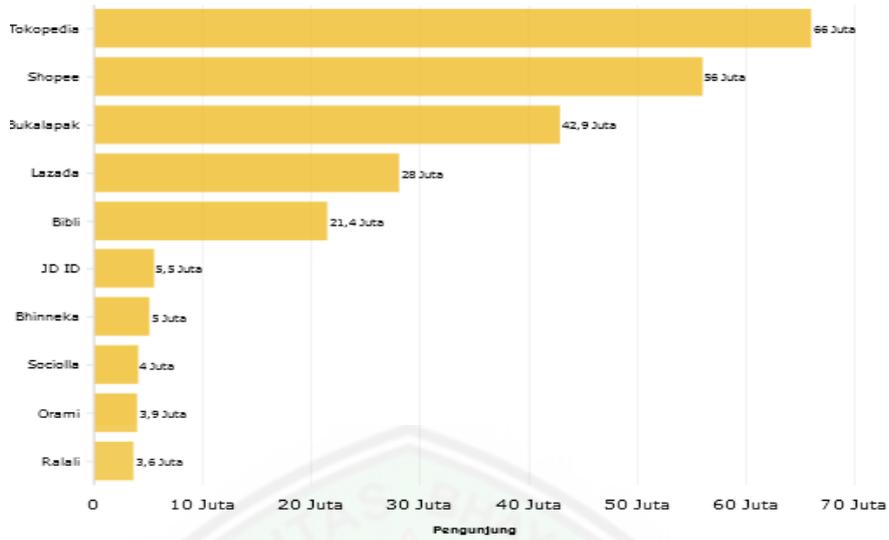
jangkauannya ke berbagai negara seperti Indonesia, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina, dan Taiwan. *E-commerce* ini memberikan sebuah pelayanan berbelanja dimana memberikan kemudahan dalam berbelanja untuk menarik para konsumennya. *E-commerce* Shopee bisa melakukan aktivitas belanja dimana dan kapan saja serta mempunyai *fintech* pembayaran Shopeepay. Aplikasi Shopee menghasilkan sistem belanja yang sesuai dengan kebutuhan penggunanya pada kalangan remaja maupun dewasa. (Anthony & Sama, 2021).

Dalam aplikasi Shopee transaksi pembayaran atas pembelian produk dapat menggunakan beberapa metode pembayaran, seperti melalui transfer bank, membayar langsung ke Indomaret atau Alfamart atau menggunakan kartukredit/debit online. Selain metode pembayaran tersebut, Shopee menggandeng *fintech* Shopeepay. Shopeepay digunakan sebagai alternatif metode pembayaran di Shopee dan untuk menampung pengembalian dana. Fitur yang dapat digunakan dalam Shopeepay adalah penambahan saldo, pembayaran transaksi pada Shopee dan penarikan dana dari Shopeepay (Anthony & Sama, 2021).

Pemanfaatan perkembangan teknologi internet saat ini dapat diimplementasikan dengan *E-commerce*. Dari kemudahan akses internet ini segala sesuatu membuat kegiatan manusia menjadi lebih mudah dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2020) mencatat jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta jiwa. Masyarakat lebih memilih kepraktisan untuk memperoleh barang tanpa harus memerlukan tenaga. Dengan ini mereka menginginkan yang serba cepat dan menghemat waktu serta tenaga mereka untuk beraktifitas sehari-hari. Adanya shopee menghadirkan UMKM yang sangat ramai dalam berjualan produk mereka tanpa harus membuka lapak ataupun sewa gedung untuk berjualan, apalagi saat pandemi covid 19 saat ini masyarakat dituntut harus dirumah oleh karena itu berbelanja online melonjak tinggi. hal ini dapat dilihat dari perolehan data pengunjung shopee dibawah ini :

E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019

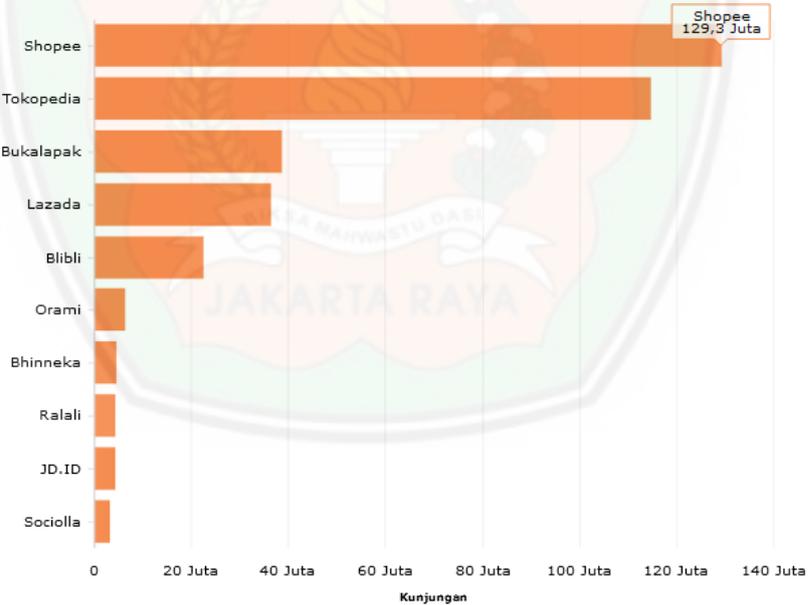
Sumber : iPrice, 2019



Diperoleh dari : (Databoks, 2019)

Pengunjung Bulanan Situs E-Commerce (Kuartal IV 2020)

Sumber : iPrice, 10 Februari 2021



Data diperoleh : (Databoks, 2020)

Gambar 1. 1 Data Pengunjung Shoppe Tahun 2019 dan 2020

Berdasarkan dari sumber data yang diperoleh dari iPrice tahun 2019 dikuartal III shopee menduduki peringkat kedua sebanyak 56 juta pengunjung *E-commerce* dan pada tahun 2020 kuartal terakhir shopee menduduki peringkat pertama dengan jumlah 129,3 juta pengunjung mengalahkan tokopedia dengan rata – rata 114,67 juta pengunjung.

Generasi Z mengungkap bahwa setengah barang atau produk yang dibeli melalui online karena generasi Z sering kali melakukan berbelanja secara online dengan spontan pada aplikasi Shopee karena kemudahan dan kecepatan dalam berbelanja secara *online* melalui Shopee (Giovani Santoso, 2020). Fenomena yang sekarang terjadi membuat perilaku masyarakat terutama generasi Z lebih senang melakukan pembelian yang mudah dari cara penggunaan, praktis dan ekonomis yang tidak memakan waktu lama. Sebab keputusan pembelian konsumen secara online dapat dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan yang akan di terima oleh konsumen. kemudahan penggunaan menjadi salah satu hal yang menjadi pertimbangan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian (Setyarko, 2016).

Melihat dari hasil data yang diperoleh gambar 1.1 bahwa Shopee pada tahun 2020 merupakan *E-commerce* paling banyak dikunjungi oleh masyarakat dalam berbelanja *online* bisa dilihat shopee melakukan inovasi terbaru untuk memudahkan penggunaanya dalam melakukan transaksi pembayaran yaitu Shopeepay. Alasan konsumen bertransaksi menggunakan dompet digital telah terpenuhi dengan adanya penawaran dan fitur yang memudahkan, sehingga dapat dikatakan bahwa alat pembayaran dompet digital ini mampu memenuhi kebutuhan konsumen (Nabila & Sulistyowati, 2020). Sekarang pelaku bisnis *E-commerce* harus merespon cepat dengan adanya perubahan konsep pembayaran dengan tunai menjadi digital (*online*) untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat. Adanya perubahan teknologi *fintech* memberikan alternatif dan kemudahan pembayaran kepada konsumen (Aulia, 2020).

Dengan perubahan pembayaran tunai menjadi digital untuk menghadapi persaingan usaha. Hal ini dikarenakan rata-rata *platform E-commerce* salah satunya Shopee telah menyediakan layanan pembayaran yang terhubung secara otomatis dengan platform pembayaran digital sehingga *customer* pun semakin dimudahkan

dalam melakukan transaksi namun Shopee berbeda karna memiliki dompet digitalnya sendiri yaitu ShopeePay. Berikut ini merupakan tingkat pengguna dompet digital 2020 yang dijelaskan pada tabel 1.1 :

Tabel 1. 1 Pengguna Dompet Digital 2020

Dompet Digital	Skor Net Promotor Score
Shopeepay	72 %
Ovo	55 %
Gopay	52 %
Dana	40 %
Linkaja	21 %

Data diperoleh : (Katadata.co.id, 2020)

Berdasarkan tabel 1.1 pengguna dompet digital selama September hingga awal Desember 2020. Separuh dari mereka berusia 24 tahun ke bawah dan 45% berumur 25-35 tahun. Sebanyak 70% perempuan.

Penggunaan teknolog *fintech* dalam bidang keuangan memberikan kemudahan untuk mereka generasi Z terutama dalam hal pembayaran digital. Dalam penelitian (Oktafani & Sisilia, 2020) faktor-faktor yang mendukung generasi Z menggunakan metode pembayaran digital yaitu karena merasa lebih mudah dan cepat dalam bertransaksi. Melihat besarnya peluang bisnis *platform* Shopee dan dompet digital ShopeePay yang berkembang pesat di masyarakat terutama generasi Z sebagai pengguna teknologi yang aktif dan selalu mencari kemudahan dalam melakukan aktivitas. Penelitian ini dibuat untuk menganalisis perilaku konsumen, kemudahan penggunaan dan penggunaan aplikasi dompet digital ShopeePay terhadap keputusan pembelian di Shopee oleh generasi Z diperumnas 1 Kranji Bekasi Barat yang menurut data dari kelurahan dengan jumlah pupolasinya kurang lebih 7 ribu jiwa.

Fenomena yang sekarang terjadi membuat perilaku masyarakat terutama generasi Z perumnas 1 Kranji Bekasi Barat lebih senang melakukan pembelian secara praktis dan ekonomis yang tidak memakan waktu lama. Adanya shopeePay di *e-commerce* Shopee dapat memudahkan dalam berbelanja online oleh karena itu

dengan melihat kondisi saat ini maka penulis menyimpulkan judul dari permasalahan latar belakang yakni **“Analisis Perilaku Konsumen, Kemudahan Penggunaan dan Penggunaan Aplikasi Dompot Digital ShopeePay Dalam Keputusan Pembelian Belanja Online Shopee Oleh Generasi Z (Study Kasus Perumnas 1 Kranji Bekasi Barat).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan diatas dapat diperoleh beberapa rumusan masalah yaitu :

1. Apakah Perilaku Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ?
2. Apakah Kemudahan Kegunaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ?
3. Apakah Dompot Digital berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ?
4. Apakah Perilaku Konsumen, Kemudahan Kegunaan, Dompot digital berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, dapat diketahui bahwa tujuan diadakannya penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kemudahan Kegunaan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Untuk mengetahui pengaruh Dompot Digital terhadap Keputusan Pembelian.
4. Untuk mengetahui pengaruh Perilaku Konsumen, Kemudahan Kegunaan dan Dompot Digital terhadap Keputusan Pembelian.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak lain. adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Praktisi

Dapat dijadikan masukan bagi perusahaan penyedia layanan *e-wallet* untuk mempertahankan dan mengembangkan layanan dompet digital secara kreatif serta efektif dan efisien, sehingga dapat mendorong minat konsumen untuk betransaksi *cashless* menggunakan *e-wallet*.

2. Manfaat Akademis

Kegunaan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dengan adanya penelitian ini yang membahas perilaku konsumen, kemudahan generasi z dan dompet digital terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat ditemukan hasil lainnya yang menemukan hubungan antara variabel terkait, serta dapat digunakan sebagai bahan informasi dan bahan pengembangan penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi oleh beberapa variabel yang terdiri dari Perilaku Konsumen, Kemudahan Penggunaan, Dompet Digital dan Keputusan Pembelian, objek yang dilakukan kepada Generasi z yang menggunakan Shopeepay di Perumas 1 Kranji Bekasi Barat serta dibatasi waktu penelitian yang dimana menyesuaikan kalender akademik.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penulisan dan mendapatkan gambaran secara ringkas mengenai skripsi ini, maka sistem penulisannya dibagi dalam lima bab yang secara garis besar di susun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari landasan teori yang menguraikan teori-teori yang digunakan sebagai tinjauan atau landasan dalam menganalisis batasan masalah yang telah dikemukakan kemudian kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan desain penelitian, tahapan penelitian, waktu dan tempat penelitian, model konseptual penelitian, operasional variable, populasi, sample, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil analisa data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan implikasi untuk penelitian selanjutnya yang dianggap sama.

