

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, pokok permasalahan, tujuan dari dilakukannya penelitian, maupun batasan masalah dalam penelitian ini.

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang ini perkembangan teknologi terjadi sangat pesat sehingga mempermudah manusia melakukan kehidupan sehari-hari. Seperti perkembangan teknologi di bidang transportasi dengan adanya pesawat, kereta, dan motor. Hal tersebut membantu manusia untuk pergi ke mana saja dengan waktu yang cepat tanpa harus menghabiskan waktu di jalan. Selain itu, teknologi pada bidang komunikasi pun berkembang dengan signifikan dan memberikan dampak positif bagi kehidupan manusia.

Perkembangan teknologi di bidang komunikasi dimulai dengan adanya telepon yang berfungsi sebagai alat perantara yang dapat menolong manusia untuk berhubungan satu sama lain, dengan menggunakan suara secara langsung tanpa harus menunggu seperti menggunakan surat. Seiring berjalanya waktu perkembangan telepon semakin cepat sehingga terciptalah telepon genggam atau yang disebut dengan *handphone* (HP). HP merupakan sebuah perangkat komunikasi yang memiliki fungsi sama seperti telepon biasa tetapi HP dapat digunakan tanpa harus tersambung pada kabel telepon, HP juga memiliki fungsi mengirim pesan secara langsung tanpa harus menunggu. Perkembangan HP yang sangat pesat dan sudah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat, hal tersebut

dibuktikan dengan fitur-fitur yang semakin bertambah pada HP seperti *video call* untuk berkomunikasi secara tatap muka. Selain untuk melakukan *video call*, Hp juga dapat berfungsi untuk mendengarkan lagu, membaca peta, dan melakukan kegiatan berbisnis, dengan melakukan kegiatan transaksi dengan menggunakan *internet banking* dan *electronic wallet*.

Marketplace merupakan sebuah perantara yang menghubungkan penjual dan pembeli di dunia maya yang menyediakan fasilitas pembayaran. Menurut Kemkominfo, pada tahun 2019 nilai perdagangan elektronik di Indonesia merupakan tertinggi di dunia karena pertumbuhannya mencapai 78%. Hal tersebut menunjukkan bahwa *marketplace* dapat membantu setiap masyarakat untuk membuka usaha tanpa harus memiliki modal yang besar karena tidak perlu memiliki toko fisik. Selain itu, *marketplace* juga dapat memudahkan pembeli untuk membeli produk tanpa harus datang langsung ke toko fisik. Menurut Robith (2020) terdapat 2 jenis *marketplace* yaitu *Marketplace* murni dan *marketlace* konsinyasi, *marketplace* murni adalah sebuah fasilitator antara seorang penjual dan pembeli dan *marketplace* konsinyasi adalah sebuah pasar *online* dimana penjual memiliki akses untuk menitipkan produk kepada pihak perantara. Contoh *marketplace* murni adalah Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Sedangkan perusahaan *marketplace* konsinyasi seperti Zalora, dan Berrybenka.

Terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi minat seorang pembeli untuk membeli barang di toko *marketplace*. Harga merupakan salah satu faktor utama yang dapat memengaruhi minat seorang pembeli untuk membeli produk, akan tetapi hal tersebut membuat setiap penjual berusaha untuk menjual produk mereka dengan harga serendah mungkin sehingga persaingan pun menjadi tidak

sehat. Selain bersaing harga, setiap toko juga dapat melakukan promosi yang baik agar dapat memengaruhi minat pembeli. Salah satu promosi yang dapat digunakan adalah dengan memberikan diskon. Menurut Sutisna dalam Nobel (2018), pemberian diskon dapat berfungsi untuk meningkatkan jumlah pembelian barang dan dapat mengurangi pengeluaran seorang pembeli.

Selain pemberian diskon, penetapan harga ongkos kirim juga dapat memengaruhi minat pembeli dalam membeli produk. Dalam sistem *marketplace*, pengiriman barang kepada pembeli dilakukan oleh pihak ketiga sehingga ongkos kirim ditanggung oleh pembeli. Ongkos kirim tersebut ditentukan dari jarak penjual, waktu pengiriman dan alamat pembeli. Semakin jauh antara penjual dan pembeli, maka harga ongkos kirim pun semakin mahal. Dengan mahalnya ongkos kirim, terkadang membuat minat pembeli menjadi berkurang, terlebih ketika seorang pembeli membeli produk yang harganya murah. Di dalam sistem *marketplace*, juga terdapat sistem penilaian atau *rating* yang diberikan oleh setiap pembeli ketika telah selesai membeli barang di suatu toko *online*, hal tersebut merupakan bentuk *feedback* yang baik bagi seorang penjual karena penilaian toko yang baik dapat membuat rasa percaya bagi calon pembeli selanjutnya yang ingin membeli barang pada toko tersebut.

Seorang penjual individu terutama penjual yang baru memulai usaha penjualan di *marketplace* harus dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen, terutama para pedagang yang menjual produk yang laris dijual seperti *case protector* HP, hal itu diperlukan agar para penjual baru dapat bersaing dengan para penjual yang telah lama menggeluti jual beli pada *marketplace* dan para perusahaan besar yang berjualan pada *marketplace* C2C.

Case protector sendiri merupakan aksesoris dari HP yang digunakan untuk melindungi HP agar tidak terjadi kerusakan apabila HP tersebut terjatuh. Menurut survei Asosiasi *Digital Marketing* Indonesia pada Januari 2020 (gambar 1.1), HP dan aksesoris HP menempati urutan ke 5 dari 10 kategori barang yang paling laris dijual pada *marketplace* Shopee, dengan meningkatnya penjualan HP, maka penjualan *case protector* HP pun semakin meningkat.



Gambar 1.1 Kategori Produk Terlaku di Shopee

Berdasarkan data dari hasil survei tersebut membuktikan bahwa terdapat pasar yang besar untuk *handphone* dan aksesorinya di *marketplace*. Pasar yang



Gambar 1. 2 Redmi Note 9 & Redmi Note 9 5G

besar merupakan kesempatan bagi para pedagang untuk menjual produknya, akan tetapi banyak produsen HP yang mengeluarkan 2 produk yang memiliki tipe yang sama di dalam jangka waktu berdekatan, seperti contoh Xiaomi, pada 12 May 2020 Xiaomi mengeluarkan produk yaitu Xiaomi Redmi Note 9 dan pada 1 Desember 2020 mengeluarkan Xiaomi Redmi Note 9 5G

Dari 2 gambar dapat dilihat Xiaomi mengeluarkan 2 produk HP dengan tipe yang sama pada waktu berdekatan, dan memiliki desain yang berbeda sehingga memerlukan jenis *case protector* HP yang berbeda. Oleh sebab itu para penjual *case protector* HP perlu melakukan strategi untuk menjual produk yang mereka jual agar cepat terjual supaya dapat menambah produk sesuai dengan HP terbaru yang keluar. Salah satu hal yang harus diperhatikan oleh pedagang adalah faktor-faktor yang dapat memengaruhi konsumen dalam membeli produk.

1.2 Pokok Permasalahan

Pokok permasalahan yang mendasari penelitian ini adalah cepatnya sebuah produsen HP mengeluarkan produk baru menyebabkan para penjual *case protector* HP harus dapat menjual produk yang mereka jual agar dapat menambahkan produk terbaru sesuai dengan perkembangan HP, sehingga mereka perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat pembeli dalam membeli produk *case protector*.

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk aksesoris *handphone (case protector)*.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian hanya dilakukan mulai bulan Januari 2021 hingga Mei 2021
2. Penelitian hanya dilakukan pada salah satu produk aksesoris *handphone* yaitu *case protector*.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada sistematika penulisan terdiri dari 5 bab yang berisi penjabaran dari setiap bab – bab yang ada dengan tujuan dari setiap bab. Berikut merupakan sistematika penulisan dari laporan ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi pendahuluan mengenai latar belakang dari penelitian, dilanjutkan dengan rumusan masalah yang merupakan inti dari masalah dalam penelitian. Kemudian menentukan tujuan penelitian yang menjawab permasalahan yang diangkat, setelah menuliskan batasan masalah dan kemudian menuliskan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II berisi mengenai teori – teori yang mendukung permasalahan yang sedang diteliti sehingga dapat membantu penulis untuk menjawab tujuan penelitian. Teori yang didapatkan berasal dari buku – buku mengenai masalah yang sedang diteliti, jurnal ilmiah dan tugas akhir yang membahas topik yang serupa dan memiliki sumber terpercaya.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai metode yang digunakan di dalam penelitian, yang dimulai dari penelitian pendahuluan, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan kajian pustaka. Kemudian dilanjutkan dengan metode penelitian, setelah itu pengumpulan, pengolahan dan pembahasan data, dan diakhiri dengan kesimpulan dan saran.

BAB IV PENGUMPULAN, PENGOLAHAN DATA DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisikan mengenai metode yang dilakukan dalam pengumpulan dan pengolahan data setelah data dikumpulkan, penulis akan melakukan pembahasan mengenai data tersebut.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan dari kesimpulan dari penelitian yang menjawab tujuan dari penelitian yang diadakan , selanjutnya penulisan saran untuk peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian.

