

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat pesat dan mengubah seluruh kegiatan sosial, ekonomi dan budaya. Teknologi informasi dan komunikasi mengubah hidup semua orang di dunia. Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang adalah internet. Internet muncul pada tahun 1990-an dan terus berkembang hingga saat ini. Seluruh dunia menggunakan internet untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Berjalannya waktu, internet semakin canggih dan berkembang. Tingkat penggunaan internet terus bertambah. Saat ini, hal baru yang terjadi adalah pasar *online*. Selain masyarakat, pemerintah juga menggunakan internet untuk mempermudah kegiatan negara dengan masyarakat dan negara dengan negara. (Astarsari, 2018)

Internet diminati mulai dari anak-anak hingga dewasa bahkan usia 60 tahun juga menggunakan internet. Hal tersebut untuk saat ini tidak heran jika banyak yang menggunakan internet. Dahulu surat kabar, majalah, radio, dan televisi adalah alat komunikasi yang efektif dalam melakukan segala sesuatu. Tetapi alat komunikasi yang efektif masa ini adalah Youtube, Instagram, Tiktok, Whatsapp, Facebook, Twitter, dan alat komunikasi lain sejenisnya. Selain melihat berita terkini dengan menggunakan alat komunikasi saat ini, orang-orang dapat berbelanja dengan mudah dan cepat. Dengan menulis di situs seperti Google, kita dapat

langsung menemukan barang yang diinginkan. Berbelanja pada situs atau aplikasi online tidak hanya pakaian, peralatan wajah, atau peralatan dapur tetapi bisa berbelanja makanan, sayuran, buah bahkan kebutuhan sehari-hari.(Wahyudiyono, 2019)

Internet digunakan untuk mempermudah manusia dalam segala hal yang diinginkan. Internet menguntungkan semua pihak dari segi bisnis, komunikasi, ataupun berita. Masyarakat dapat berjualan online untuk mendapatkan penghasilan sampingan dari internet. Internet juga dapat menghubungkan orang-orang yang berjarak jauh dengan menggunakan aplikasi online untuk berbelanja online. Aplikasi online seperti Whatsapp, Telegram, Line, dll. Selain aplikasi online, masyarakat juga dapat membaca berita yang ingin melalui situs website seperti CNN, detik.com, kompas, dll. (Wahyudiyono, 2019)

Dalam pertumbuhan penduduk, tiap tahunnya penduduk akan meningkat terus menerus. Menurut pencatatan data dari Badan Pusat Statistik mulai dari tahun 1971 sampai dengan 2010 jumlah penduduk sebesar:

**Tabel 1. 1 Persentase Jumlah Penduduk**

| No | Tahun | Jumlah Penduduk | Persen  |
|----|-------|-----------------|---------|
| 1  | 1971  | 119,208,229     |         |
| 2  | 1980  | 147,490,298     | 80.8245 |
| 3  | 1990  | 179,378,946     | 82.2227 |
| 4  | 1995  | 194,754,808     | 92.105  |
| 5  | 2000  | 206,264,595     | 94.4199 |
| 6  | 2010  | 237,641,326     | 86.7966 |

Sumber: Data yang diolah (2021)

11/16/21, 10:32 PM

Jumlah Penduduk Hasil Sensus Penduduk (SP) dan Survei Penduduk Antar Sensus (SUPAS) menurut Provinsi, 1971 - 2015

**Penduduk Indonesia menurut Provinsi 1971, 1980, 1990, 1995, 2000 dan 2010**

| Provinsi                  | Penduduk           |                    |                    |                    |                    |                    |
|---------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                           | 1971               | 1980               | 1990               | 1995               | 2000               | 2010               |
| Aceh                      | 2 008 595          | 2 611 271          | 3 416 156          | 3 847 583          | 3 930 905          | 4 494 410          |
| Sumatera Utara            | 6 621 831          | 8 360 894          | 10 256 027         | 11 114 667         | 11 649 655         | 12 982 204         |
| Sumatera Barat            | 2 793 196          | 3 406 816          | 4 000 207          | 4 323 170          | 4 248 931          | 4 846 909          |
| Riau                      | 1 641 545          | 2 168 535          | 3 303 976          | 3 900 534          | 4 957 627          | 5 538 367          |
| Jambi                     | 1 006 084          | 1 445 994          | 2 020 568          | 2 369 959          | 2 413 846          | 3 092 265          |
| Sumatera Selatan          | 3 440 573          | 4 629 801          | 6 313 074          | 7 207 545          | 6 899 675          | 7 450 394          |
| Bengkulu                  | 519 316            | 768 064            | 1 179 122          | 1 409 117          | 1 567 432          | 1 715 518          |
| Lampung                   | 2 777 008          | 4 624 785          | 6 017 573          | 6 657 759          | 6 741 439          | 7 608 405          |
| Kepulauan Bangka Belitung | -                  | -                  | -                  | -                  | 900 197            | 1 223 296          |
| Kepulauan Riau            | -                  | -                  | -                  | -                  | -                  | 1 679 163          |
| DKI Jakarta               | 4 579 303          | 6 503 449          | 8 259 266          | 9 112 652          | 8 389 443          | 9 607 787          |
| Jawa Barat                | 21 623 529         | 27 453 525         | 35 384 352         | 39 206 787         | 35 729 537         | 43 053 732         |
| Jawa Tengah               | 21 877 136         | 25 372 889         | 28 520 643         | 29 653 266         | 31 228 940         | 32 382 657         |
| DI Yogyakarta             | 2 489 360          | 2 750 813          | 2 913 054          | 2 916 779          | 3 122 268          | 3 457 491          |
| Jawa Timur                | 25 516 999         | 29 188 852         | 32 503 991         | 33 844 002         | 34 783 640         | 37 476 757         |
| Banten                    | -                  | -                  | -                  | -                  | 8 098 780          | 10 632 166         |
| Bali                      | 2 120 322          | 2 469 930          | 2 777 811          | 2 895 649          | 3 151 162          | 3 890 757          |
| Nusa Tenggara Barat       | 2 203 465          | 2 724 664          | 3 369 649          | 3 645 713          | 4 009 261          | 4 500 212          |
| Nusa Tenggara Timur       | 2 295 287          | 2 737 166          | 3 268 644          | 3 577 472          | 3 952 279          | 4 683 827          |
| Kalimantan Barat          | 2 019 936          | 2 486 068          | 3 229 153          | 3 635 730          | 4 034 198          | 4 395 983          |
| Kalimantan Tengah         | 701 936            | 954 353            | 1 396 486          | 1 627 453          | 1 857 000          | 2 212 089          |
| Kalimantan Selatan        | 1 699 105          | 2 064 649          | 2 597 572          | 2 893 477          | 2 985 240          | 3 626 616          |
| Kalimantan Timur          | 733 797            | 1 218 016          | 1 876 663          | 2 314 183          | 2 455 120          | 3 553 143          |
| Sulawesi Utara            | 1 718 543          | 2 115 384          | 2 478 119          | 2 649 093          | 2 012 098          | 2 270 596          |
| Sulawesi Tengah           | 913 662            | 1 289 635          | 1 711 327          | 1 938 071          | 2 218 435          | 2 635 009          |
| Sulawesi Selatan          | 5 180 576          | 6 062 212          | 6 981 646          | 7 558 368          | 8 059 627          | 8 034 776          |
| Sulawesi Tenggara         | 714 120            | 942 302            | 1 349 619          | 1 586 917          | 1 821 284          | 2 232 586          |
| Gorontalo                 | -                  | -                  | -                  | -                  | 835 044            | 1 040 164          |
| Sulawesi Barat            | -                  | -                  | -                  | -                  | -                  | 1 158 651          |
| Maluku                    | 1 089 565          | 1 411 006          | 1 857 790          | 2 086 516          | 1 205 539          | 1 533 506          |
| Maluku Utara              | -                  | -                  | -                  | -                  | 785 059            | 1 038 087          |
| Papua Barat               | -                  | -                  | -                  | -                  | -                  | 760 422            |
| Papua                     | 923 440            | 1 173 875          | 1 648 708          | 1 942 627          | 2 220 934          | 2 833 381          |
| <b>INDONESIA</b>          | <b>119 208 229</b> | <b>147 490 298</b> | <b>179 378 946</b> | <b>194 754 808</b> | <b>206 264 595</b> | <b>237 641 326</b> |

Catatan : Termasuk Penghuni Tidak Tetap (Tuna Wisma, Pelaut, Rumah Perahu, dan Penduduk Ulang-alik/Ngelaju)

Sumber : Sensus Penduduk 1971, 1980, 1990, 2000 dan Survei Penduduk Antar Sensus (SUPAS) 1995

<https://www.bps.go.id/statictable/2009/02/20/1267/penduduk-indonesia-menurut-provinsi-1971-1980-1990-1995-2000-dan-2010.html>

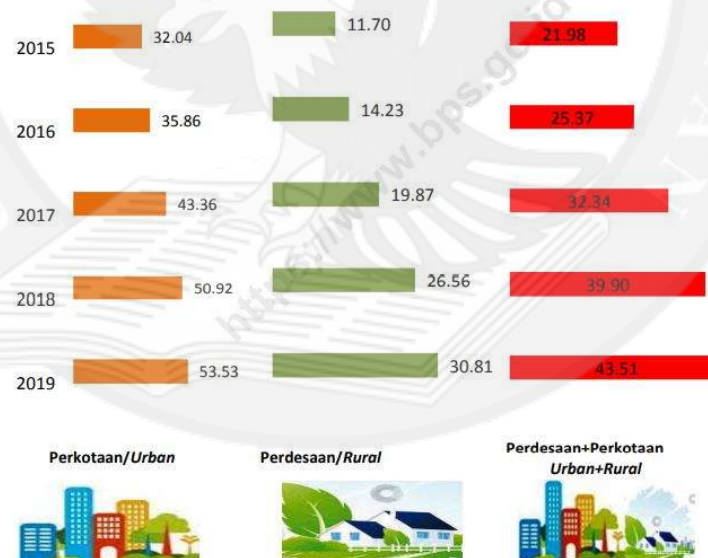
1/1

**Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk Indonesia**  
 Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Persenan tertinggi berada di tahun 2000 dan generasi ini ada dalam generasi Z dimana generasi tersebut berkembangnya teknologi-teknologi. Generasi tersebut

mengubah semua bidang dengan menggunakan teknologi. Salah satu contohnya pada masa itu adalah media cetak tidak begitu diminati dan beralih ke berita online. Generasi Z adalah generasi yang akan menjadi masa depan bangsa.

Pengguna internet dalam 5 tahun terakhir meningkat di perkotaan maupun dipedesaan. Jumlah penggunaan internet dalam tahun 2015 sekitar 21.98%, tahun 2016 sekitar 25.27%, tahun 2017 sekitar 32.34%, tahun 2018 sekitar 39.90%, dan tahun 2019 sekitar 43.51%. Persenan penggunaan internet tersebut mencakup perkotaan dan pedesaan. Ini adalah penggunaan internet selama 5 tahun terakhir yang telah di analisis, menurut Buku Statistik Telekomunikasi Indonesia 2019. Data tersebut diambil di seluruh Indonesia. (Statistik, 2020)



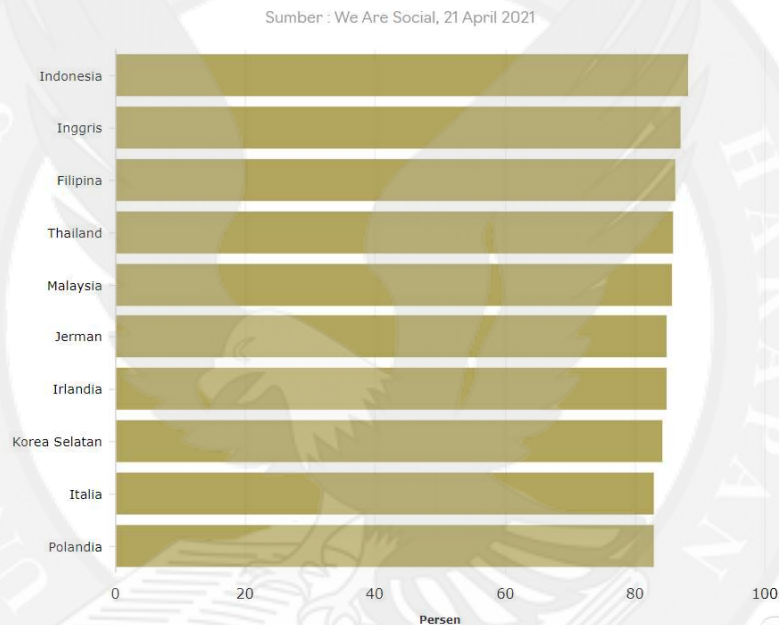
**Gambar 1. 2 Data Penggunaan Internet**  
Sumber: BPS (2019)

Tahun 2020, penyakit Covid 19 atau *Coronavirus* melanda seluruh dunia. Seluruh kegiatan di luar dianjurkan untuk dilakukan dari rumah bahkan kerja kantoran yang seharusnya di kantor dilakukan di rumah. Sekolah di tutup, transportasi umum, penerbangan diperketat agar meminimalkan penularan wabah tersebut. Masyarakat yang ingin keluar rumah harus menggunakan masker dan menjaga jarak. Semenjak semua kegiatan dilakukan di rumah, penggunaan internet meningkat pesat. (Rosyidah Alfitri, 2020)

Penggunaan internet di Indonesia meningkat pesat pada saat pandemi Covid 19. Penggunaan internet di Indonesia sekitar 196,7 juta jiwa sekitar 73,7% dari total penduduk Indonesia. Angka tersebut diambil pada pandemi Covid 19 sejak Maret 2020. Dengan urutan penggunaan internet di Pulau Jawa sekitar 56,4% yang terbanyak, Pulau Sumatera sekitar 22,1%, Pulau Sulawesi sekitar 7%, Pulau Kalimantan sekitar 6,3%, Pulau Bali-Nusa Tenggara sekitar 5,2%, dan Maluku-Papua sekitar 3%. (APJII, 2020)

Internet dalam aktivitas transaksi bisnis sangat berkembang akhir-akhir ini. Penggunaan internet dalam aktivitas bisnis disebut dengan *Electronic Commerce* disingkat dengan sebutan *E-Commerce*. *E-commerce* digunakan untuk memudahkan konsumen agar tidak perlu datang ke toko untuk membeli barang dan pemilik toko dapat bertransaksi tanpa ada maksimal waktu. Keuntungan dari *e-commerce* adalah dapat mengurangi biaya operasional, dapat mencari calon pembeli yang luas, dapat melebarkan jangkauan yang luas, dapat memuaskan konsumen, dan sebagainya. (Ramdahanti & Permata, 2020)

Penggunaan *e-commerce* pada akhir beberapa bulan meningkat mencapai 88.1% menurut survei *We Are Social* pada bulan April 2021 dengan peringkat pertama dengan negara-negara lainnya. Peringkat selanjutnya disusul oleh Inggris, Filipina, Thailand, Malaysia, Jerman, Irlandia, Korea Selatan, Italia, dan Polandia. Ini adalah 10 negara pengguna *e-commerce* terbesar. Ini adalah presentase penggunaan *e-commerce*. (Lidwina, 2021)



**Gambar 1. 3 Negara Penggunaan E-commerce Terbesar**  
Sumber: We Are Social (2021)

Contoh situs *e-commerce* di Indonesia adalah Shopee, Tokopedia, Lazada, JD.ID, Blibli, Zalora, dan lain-lain. Tokopedia adalah *e-commerce* yang menjual produk berbagai ragam di Indonesia yang dapat dipesan dimanapun dan kapanpun. Tokopedia adalah salah satu kunjungan yang tertinggi di Indonesia pada tahun 2021 menurut data SimilarWeb. Menurut data SimilarWeb, pada periode Januari 2021,

jumlah pengunjung ke *e-commerce* tersebut sebesar 129,1 juta orang melalui aplikasi sebesar 62,7% dan melalui website sebesar 37.3%. Setelah itu, Shopee adalah *e-commerce* kedua yang tertinggi di Indonesia pada tahun 2021. Jumlah pengunjung perbulan sekitar 120 juta orang melalui aplikasi sebesar 72,4% dan melalui website sebesar 29,78%. (Patrick, 2021).

Ini adalah jumlah penggunaan e-commerce dalam google play yang dapat dilihat antara lain:

**Tabel 1. 2 Tabel Jumlah E-commerce dari Google Play**

| No | Nama E-commerce | Pengunaan Aplikasi | Tahun Rilis | Rating |
|----|-----------------|--------------------|-------------|--------|
| 1  | Shopee          | 9.146.999          | 2015        | 4.6    |
| 2  | Tokopedia       | 5.255.096          | 2009        | 4.8    |
| 3  | Blibli          | 431.32             | 2011        | 4.7    |
| 4  | Lazada          | 12.913.971         | 2012        | 4.7    |
| 5  | Jd.id           | 466.811            | 2015        | 4.4    |
| 6  | Zalora          | 262.517            | 2012        | 4.9    |

Sumber: Data yang diolah (2021)

Shopee didirikan pada tahun 2015 di beberapa wilayah seperti Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Taiwan, Vietnam, dan Filipina. Perusahaan pertama

kali memperkenalkan di Shopee University pada saat itu. Berjalannya waktu, penjual di seluruh wilayah terus bertambah hingga saat ini mencapai 70 ribu penjual di berbagai wilayah. Inovasi terus berkembang dan mereka meluncurkan Shopee mall yang di perkenalkan di Taiwan untuk pertama kali pada tahun 2017.

Untuk Shopee Mall, mereka memiliki kerjasama sekitar 11 ribu penjual di berbagai wilayah. Setelah memperkenalkan Shopee Mall, pada tahun berikutnya 2018, untuk di wilayah Indonesia mereka bekerjasama dengan P&G dengan nama Super Brand Day. Super Brand Day adalah kampanye yang menawarkan potongan harga, cashback, dan ongkos kirim gratis untuk brand yang telah mereka ajak kerjasama dalam waktu tertentu.

Hingga saat ini, Shopee masih menggunakan kampanye ini dan berhasil menjaring konsumen yang banyak. Pada tahun 2018 juga, Shopee mengajak kerjasama dengan kpop terkenal di korea yaitu Blackpink pada 12.12 (yang diartikan sebagai tanggal 12 bulan desember tahun 2018). Di tahun selanjutnya 2019, brand ambassador mereka adalah Cristiano Ronaldo dan dapat menjual sekitar 80 juta produk dalam sehari pada 12.12 juga. Mereka juga mengeluarkan inovasi baru pada tahun 2019 yaitu Shopee Live dan In-app Games dan dapat meraih penonton sekitar 500 juta dan 1 milyar pada games yang dibuat oleh Shopee. Hal ini yang telah dilakukan oleh Shopee dalam membangun e-commerce untuk menjaring konsumen. (Statistik, 2020)

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, dalam *e-commerce* ada beberapa hal yang diperhatikan untuk menjaga konsumen seperti harga, keamanan,



dan promosi. *E-commerce* yang akan saya ambil adalah Shopee karena saya tertarik dengan beberapa hal yang terjadi pada e-commerce ini.

Permasalahan harga yang terjadi dari Shopee adalah harga yang bersaing dengan toko lain yang relatif hampir sama dengan harga pesaingnya. Sehingga toko pada *e-commerce* Shopee menurunkan harga yang selisihnya hanya 500 perak-1000 rupiah. Tujuan dalam penurunan harga ini untuk menjaring konsumen dan memperluas konsumen (Lasafta, 2021) Hal tersebut berdampak pada keputusan pembelian.

Kejadian Shopee yang pernah terjadi pada fitur COD yang termaksud dalam keamanan transaksi. Shopee membuat fitur tersebut untuk memudahkan konsumen agar dapat saling percaya dalam melakukan transaksi barang dan dengan mudah menjangkau orang-orang yang susah dalam melakukan pembayaran. Kejadian yang pernah terjadi pada Shopee adalah seorang kurir yang mengantar barang dan pembeli tidak mau membayar karena ketidaksesuaian barang yang diinginkan.(Adwitiya, 2021) Hal tersebut berdampak pada keputusan pembelian selanjutnya pada konsumen tersebut.

Promosi yang sering dilakukan oleh Shopee adalah flash sale tiap bulan yang diadakan dengan tanggal dan bulan yang sama seperti 5.5 yang artinya tanggal 5 bulan 5. Konsumen Shopee pernah mengeluh bahwa orderan pada 5.5 yang mereka lakukan dibatalkan oleh Shopee. Kompas*Tekno* menghubungi pihak Shopee terkait masalah tersebut dan belum mendapatkan jawaban hingga berita tersebut telah dipublikasi. (Stephanie, 2021)

Perkembangan dalam penggunaan *e-commerce* pada Indonesia meningkat terus menerus. Penggunaan Shopee pada tahun 2019 kuartal ketiga sebesar 55.9 juta penggunaan dan pada tahun 2020 kuartal ketiga naik hingga 96.5 juta atau 72% penggunaan dari sebelumnya. Menurut riset RedSeer, pembelian pada *e-commerce* juga meningkat sekitar 98.3 juta transaksi sekitar 18.1%. Penggunaan yang baru menggunakan sekitar 12 juta penggunaan. Pengiriman dari *e-commerce* di wilayah Jawa sekitar 70% dan 30% berada di Luar Jawa. (sirclo, 2020)

## **1.2 Batasan Masalah**

1. Responden yang diteliti dari sisi mahasiswa Univeritas Pelita Harapan kampus Medan yang menggunakan *e-commerce* dalam berbelanja.
2. Variabel yang akan diteliti adalah variabel harga, variabel keamanan transaksi, dan variabel promosi pada keputusan pembelian di Shopee.

## **1.3 Rumusan Masalah**

1. Apakah harga berpengaruh pada keputusan pembelian di Shopee pada mahasiswa UPH kampus Medan Angkatan 2018?
2. Bagaimana keamanan transaksi berpengaruh pada keputusan belanja di Shopee pada mahasiswa UPH kampus Medan Angkatan 2018?
3. Apakah promosi dalam keputusan membeli di Shopee pada mahasiswa UPH kampus Medan Angkatan 2018?
4. Apakah promosi, keamanan transaksi, dan harga berpengaruh pada keputusan membeli di Shopee pada mahasiswa UPH kampus Medan Angkatan 2018?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berikut ini adalah beberapa tujuan penelitian yang dapat saya lakukan untuk menyelesaikan masalah yang ditemukan yaitu:

1. Mengetahui faktor harga terhadap keputusan belanja di Shopee pada mahasiswa UPH kampus Medan Angkatan 2018.
2. Menganalisis faktor keamanan transaksi pada keputusan belanja di Shopee pada mahasiswa UPH kampus Medan Angkatan 2018.
3. Mendapatkan faktor promosi terhadap keputusan belanja di Shopee pada mahasiswa UPH kampus Medan Angkatan 2018.
4. Mengetahui ketiga variabel tersebut terhadap keputusan belanja di Shopee pada mahasiswa UPH kampus Medan Angkatan 2018.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini, ada manfaat penelitian yang dapat diketahui antara lain:

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan pedoman selanjutnya atau pengetahuan lebih tentang penelitian yang menggunakan variabel harga, keamanan, promosi dan keputusan membeli pada *e-commerce* terutama Shopee.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dilakukan untuk menambahkan hal yang perlu dipertimbangkan untuk menaikkan nama *e-commerce* agar dapat menjadi yang terbaik dari pesaing lainnya.

