

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Wabah Pandemi Covid-19 telah banyak merubah gaya hidup masyarakat di seluruh dunia. Adanya wabah Virus Covid-19 yang dapat menular dengan sangat cepat, membuat negara-negara di dunia mengambil tindakan atau kebijakan pencegahan penularan Virus Covid-19 berupa pembatasan aktifitas sosial dalam masyarakat. Kebijakan ini menyebabkan masyarakat melakukan segala aktifitas hanya di rumah saja. Untuk memenuhi segala kebutuhan sehari-hari, masyarakat mulai beralih untuk membeli segala keperluan yang sebelumnya secara langsung (*onsite*) menjadi secara *online*.

Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat secara *online* selama masa pandemi adalah dengan berbelanja kebutuhan sehari-hari seperti sayur, buah, daging secara online. Naiknya kasus Covid-19 dan kebijakan pemerintah terkait penerapan pembatasan mobilitas masyarakat meningkatkan permintaan kebutuhan pangan pokok secara daring, seperti konsumsi buah, sayur, daging dan makanan siap saji lainnya. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) yang terbit pada Bulan Agustus 2020 menunjukkan bahwa pembelian sayuran secara daring meningkat selama pandemi. Survei tersebut mengambil data harian situs *marketplace* di Indonesia dari Bulan Januari- Juni 2020.

Penjualan makanan yang **naik** di *marketplace*

Sayuran segar mencatat kenaikan penjualan tertinggi selama pandemi, dari 20.000 unit ke 400.000 unit.



* Data selama periode Jan - Jun 2020, diambil dari Publikasi BPS, dengan judul Analisis Big Data di Tengah Masa Adaptasi Kebiasaan Baru.
Sumber: BPS, 2020 (diolah) Elemen visual: iStock, Flat Icons
Desainer: Ardi, Astari | Analisis: Nanang

lokadata

Gambar 1. 1 Penjualan Makanan Dalam Kurun Waktu Jan – Jun 2020

Data di atas menunjukkan bahwa sayuran segar mengalami peningkatan penjualan selama Pandemi Covid-19 dan berada di urutan pertama sebagai jenis makanan yang peningkatannya paling tinggi.



Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna dan Review Konsumen di Playstore

Berdasarkan data jumlah pengguna yang mendownload aplikasi penjual bahan makanan secara online, diketahui bahwa SayurBox merupakan aplikasi terbanyak yang didownload oleh masyarakat di *Playstore* yaitu sebanyak 1 juta pengguna. Selain itu *rating* aplikasi SayurBox memiliki nilai yang baik, yaitu 4.9, diikuti oleh *review-review* yang juga baik oleh para konsumen. Hal ini berbanding lurus dengan jumlah followers SayurBox di Instagram, dimana sampai saat ini SayurBox memiliki

jumlah *Followers* terbanyak, yaitu sebesar 487k dibanding dengan aplikasi penjual bahan makanan secara online lainnya, seperti Segari.id (99.1k), Tanihub (151k), Happy Fresh (90k), dan Tukang sayur (67k). Berdasarkan Jurnal Analisis Penjualan Produk (Rahmawati, Ningrum dan Junarti), disebutkan bahwa penggunaan media sosial instagram mempengaruhi penjualan produk yang dapat dilihat dari jumlah *followers* yang semakin meningkat diiringi dengan pendapatan yang mengalami peningkatan.

Salah satu *start up platform digital* yang menjual kebutuhan pokok sehari-hari secara online adalah Sayur Box. Sayur Box didirikan pada tahun 2017 oleh Amanda Susanti Cole, dengan memakai konsep bisnis *Farm-To Table*. Konsep ini memungkinkan konsumen untuk dapat memperoleh berbagai sayur dan buah segar berkualitas langsung dari petani dan produsen lokal. Ide ini muncul saat Amanda (Pendiri Sayur Box) berbincang kepada petani yang mengeluhkan sulitnya para petani dalam mengakses konsumen secara langsung, yang membuat para petani kesulitan dalam menjual hasil panennya. Dengan menghubungkan langsung konsumen dengan petani, Sayurbox pun memiliki peran penting dalam menjaga produktivitas petani. Produk utama yang dijual di Sayurbox adalah sayuran dan buah segar. Sayurbox ternyata juga menawarkan lebih dari 1.000 produk makanan seperti bumbu dapur, ikan dan daging segar. Sayurbox tidak lagi hanya menjual sayur dan buah segar tapi juga produk makanan yang bervariasi seiring dengan perkembangan zaman.

Sayurbox adalah salah satu bisnis yang diuntungkan akibat imbas dari wabah Virus Corona. Bahkan selama masa pandemi perusahaan rintisan penjual aneka bahan

pangan secara daring yakni Sayurbox sedang naik daun. Berdasarkan artikel dari Finance.detik.com menginformasikan bahwa Sayurbox mengalami peningkatan jumlah pemesanan semenjak diterapkannya himbauan bekerja dari rumah (*Work From Home*). Peningkatan pemesanan terjadi terhadap produk pertanian bahkan sebanyak 5x lipat dibanding sebelum adanya wabah Virus Covid-19.

Berdasarkan survey yang dilakukan terhadap 10 orang pelanggan Sayurbox diperoleh bahwa variabel-variabel yang menjadi dasar pelanggan untuk melakukan pembelian di Sayurbox adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga. Menurut Agustina (2021) menyebutkan bahwa kualitas produk menjadi *factor* utama dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Hal ini juga didukung oleh Arin (2021), Silvia (2021), Caroline (2021), Ela (2021), Sulastri (2021). Menurut Helbert (2021) *factor* yang menjadi penentu utama dalam melakukan pembelian di Sayurbox adalah kualitas pelayanan. Pendapat ini didukung oleh Silvia (2021), Agustina (2021), dan Sulastri (2021). Variabel lain yang menjadi penentu pelanggan dalam membeli produk di Sayurbox adalah harga. Silvia (2021) yang sejalan dengan pendapat Sulastri (2021), Grestanty (2021), Adeline (2021), Tiur (2021).

Variabel-variabel penentu yang membuat pelanggan melakukan keputusan untuk membeli produk di Sayurbox sangat penting untuk diperhatikan untuk melihat loyalitas pelanggan di Sayurbox. Beberapa variabel penentu antara lain kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Variabel-variabel penentu ini juga yang membuat pelanggan menentukan keputusan pembelian di Sayurbox. Loyalitas pelanggan berkaitan dengan keputusan pembelian sebuah produk. Loyalitas

pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Wibowo Jerry dkk, 2018), yang berarti bahwa jika loyalitas pelanggan meningkat maka, keputusan pembelian dalam produk tertentu juga meningkat.

Berdasarkan latar belakang di atas penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di aplikasi Sayurbox agar tetap bisa bersaing dengan platform digital yang sejenis.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang menjadi pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Aplikasi Sayur Box Selama Pandemi Covid-19?
2. Apakah Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Aplikasi Sayur Box Selama Pandemi Covid-19?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Aplikasi Sayur Box Selama Pandemi Covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan dari Kualitas Produk terhadap Loyalitas pelanggan di Aplikasi Sayur Box selama Pandemi Covid-19

2. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan dari Harga terhadap Loyalitas pelanggan di Aplikasi Sayur Box selama Pandemi Covid-19
3. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan dari Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan di Aplikasi Sayur Box selama Pandemi Covid-19

1.4 Manfaat Penelitian

Topik penelitian yang dibahas dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memiliki kaitan dengan topik penelitian ini. Berikut ini beberapa manfaat dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi secara ilmiah mengenai Loyalitas pelanggan di Aplikasi Sayur Box dilihat dari pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang *e-commerce* khususnya pada aplikasi penjualan online kebutuhan sehari-hari dalam menetapkan kebijakan hal – hal apa saja yang perlu diperhatikan agar perusahaan bisa berkembang. Bukan hanya sekedar berkembang, namun juga dapat meningkatkan penjualan dan profit perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang mungkin akan meneliti topik yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademik

Penelitian ini memiliki manfaat untuk memberikan informasi secara ilmiah mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Aplikasi Sayur Box.

b. Bagi Peneliti

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan dijadikan acuan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan perusahaan. Penelitian ini juga telah menambah wawasan dan pengalaman yang berkesan bagi peneliti selama menempuh pendidikan di Universitas Pelita Harapan.

1.5 Sistematika Penelitian

Penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran yang jelas dan terinci agar lebih mudah dipahami. Adapun sistematika yang disajikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian yang dilakukan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II menjelaskan tentang teori yang relevan yang dapat mendukung penelitian. Teori yang akan dibahas mengenai teori yang berkaitan

dengan loyalitas *e-commerce* atau *platform* aplikasi situs belanja online untuk kebutuhan sehari-hari. Dalam Bab II ini juga akan dibahas terkait kerangka teoritis dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III menjelaskan tentang gambaran umum metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam Bab III ini juga dijelaskan tentang metode analisis yang digunakan, sample penelitian, jenis penelitian, subjek, dan objek penelitian yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV ini menerangkan tentang hasil pengolahan dan analisa data dari data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan *tools* yang digunakan dalam mengolah data hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V ini menjelaskan tentang kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian. Hasil penelitian yang dilakukan juga dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya. Dalam Bab ini juga berisi tentang saran bagi peneliti selanjutnya yang kemungkinan akan meneliti topik yang sama dengan topik penelitian ini.