

BAB I PENDAHULUAN

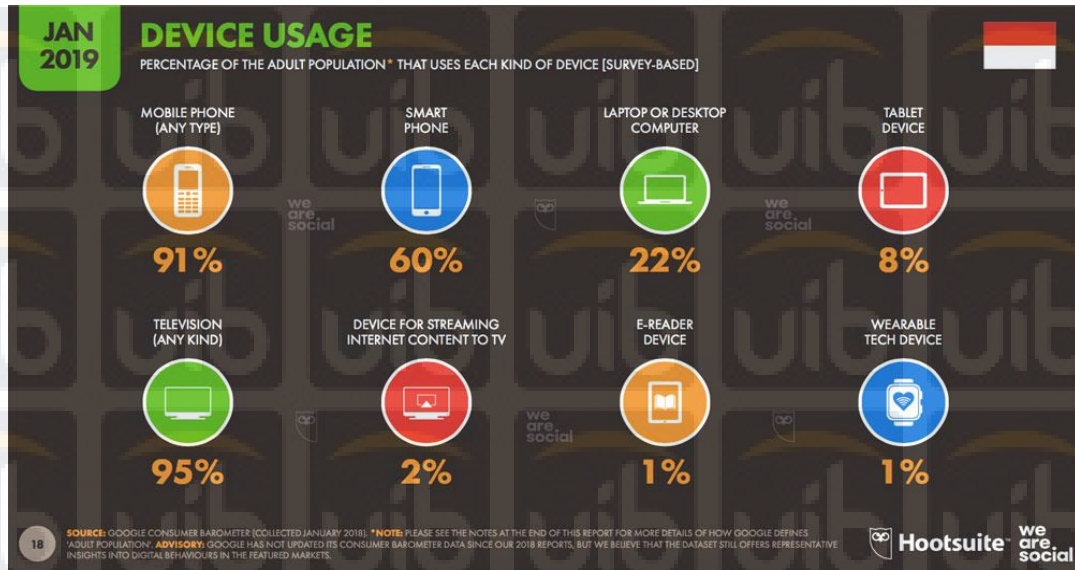
1.1. Latar Belakang Penelitian

Indonesia mendapatkan koneksi jaringan *internet* UINet (University of Indonesia Network) pertama kali pada tahun 1983 yang dikembangkan oleh kampus Universitas Indonesia (Kompas, 2017). Jutaan orang di dunia sudah dapat menggunakan internet hingga saat ini, dan menjadi kebutuhan pokok yang diperlukan oleh semua orang di dunia (Kompasiana, 2018).



Gambar 1.1. Pengguna Internet di Indonesia 2019. Sumber : Bali *Orange Communications* (BOC) Indonesia, (2019)

Pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 150 juta penduduk yaitu sekitar 56% dari total populasi 268,2 juta jiwa penduduk indonesia, dibandingkan tahun 143 juta yang menggunakan internet (bali *orange communications* (BOC) Indonesia, 2019). Hal ini dikarenakan meningkatnya pengguna *smartphone* dalam mengakses internet, dengan semakin meningkatnya jumlah pengguna internet diharapkan dapat memberikan dampak positif untuk mendorong ekonomi nasional terutama ekonomi digital. Berkembangnya ekonomi digital membuat para pelaku usaha baik itu usaha kecil atau menengah akan merasa dimudahkan karena dapat menjual jasa dan produknya melalui internet (Beritasatu, 2018).



Gambar 1.2. Alat yang banyak digunakan untuk mengakses internet 2019.

Sumber : Bali *Orange Communications* (BOC) Indonesia, 2019

Internet mudah diakses di *smartphone*, komputer, laptop, tablet, dan *smart television*. Situasi ini menyebabkan kesempatan yang unik bagi pebisnis *online* untuk melakukan penjualan sekaligus promosi, platform belanja *online* yang mudah di akses membuat konsumen mulai mencurahkan sedikit waktu untuk berbelanja. Belanja *online* memberikan banyak manfaat bagi konsumen seperti tidak harus berbelanja di antara orang banyak, tidak perlu mengantri, tidak menghabiskan waktu untuk pergi ke toko fisik, memberikan kebebasan kepada konsumen untuk berbelanja kapan pun mereka inginkan.

Seiring berkembangnya teknologi digital masyarakat lebih suka berbelanja melalui internet dan sudah jarang berbelanja pada toko, melihat minat membeli online manusia yang semakin tinggi, beberapa perusahaan yang bergerak dibidang sistem teknologi informasi telah terus-menerus berusaha untuk meningkatkan dan menciptakan aplikasi *online shopping* dengan layanan serta memberikan keamanan terutama pada resiko keuangan yang akan terjadi bagi konsumen yang berbelanja *online* hal ini bertujuan untuk terus meningkatkan minat konsumen dalam membeli *online* (Koran Sindo, 2017).

Pada akhirnya mulailah bermunculan aplikasi *online shopping* yang aman dan terpercaya seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Bli.Bli.com, dan JD.ID. Para konsumen yang sudah memiliki pengetahuan tentang *online shop*

yang terpercaya biasanya sudah menggunakan aplikasi *online shopping* untuk berbelanja *online* sehingga terhindar dari penipuan *online*. Kelebihan dalam menggunakan aplikasi *online shopping* terdapat pilihan produk yang bervariasi, harga yang bervariasi dari yang tertinggi sampai yang terendah, uang yang kita transfer tidak langsung ke penjual namun harus melalui pihak aplikasi *online shopping* tersebut sehingga uang kita lebih terjamin karena apabila ada permasalahan pihak aplikasi tersebut akan bertanggung jawab dengan mengembalikan dana atau memblokir penjual yang berusaha berbuat curang dalam melakukan penjualan di aplikasi *online shopping* sehingga tidak bisa sembarangan dalam melakukan penjualan atau pun pembayaran, tersedianya *customer care* untuk menangani kendala apapun, promosi yang menarik, gratis ongkos kirim selama berbelanja di dalam satu kota yang sama, apabila produk yang di beli belum sampai ketangan pembeli maka dapat melakukan perpanjangan garansi dan dapat melakukan penilaian dari produk yang kita terima pada toko *online* yang kita beli dari aplikasi tersebut dan penjual pun dapat merespon penilaian dari pembeli dari penilaian-penilaian pada toko tersebut maka pembeli yang lain dapat melihat apakah produk yang dijual layak untuk dibeli hal ini sangat bermanfaat sekali bagi pembeli yang lain.

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore
1 Shopee	72973300	#1
2 Tokopedia	67900000	#2
3 Bukalapak	39263300	#4
4 Lazada	28383300	#3
5 Blibli	26863300	#5
6 JD ID	13539300	#7

Gambar 1.3. Pengunjung aplikasi online shopping 2019. Sumber: Iprice.co.id, (2020)

Shopee merupakan aplikasi yang paling sering dikunjungi pada tahun 2019 di Indonesia berdasarkan gambar 1.3. Aplikasi online shopping yang paling populer saat ini di kota Batam juga adalah shopee karena shopee banyak menawarkan game belanja dan *voucher* gratis ongkir belanja disesama kota, dan

selalu gencar melakukan promosi di televisi, *facebook*, maupun di *youtube* sehingga *shopee* sangat terkenal dan menjadi peringkat satu di Indonesia. Batam merupakan kota industri dengan lokasi kota yang diizinkan untuk melakukan perdagangan bebas dunia dengan barang impor yang masuk ke kota Batam tidak dikenakan pajak sehingga dengan izin ini banyak barang impor yang masuk dan di jual dengan harga yang murah hal ini juga membuat warga Batam menyukai barang impor dan dengan kebiasaan orang yang sekarang lebih suka berbelanja melalui *online* menjadikan orang berbelanja pada aplikasi *online shopping* yang banyak bermunculan dan sudah populer. Secara umum masyarakat kota Batam memilih untuk berbelanja pada aplikasi *online shopping* karena ditawarkan untuk mendapatkan gratis ongkir belanja di kota yang sama dan masih banyak faktor yang lainnya hal ini membuat peneliti ingin meneliti faktor apa saja yang dapat mempengaruhi niat membeli pada aplikasi *online shopping* ini di kota Batam. Penelitian sebelumnya meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian *online* (Yaras, *et al.*, 2017). Maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intention to Purchase Online pada Aplikasi Online Shopping di Kota Batam**”.

1.2. Rumusan masalah

Dasar membuat karya ilmiah ini menjelaskan bahwa masyarakat kota Batam lebih suka berbelanja pada aplikasi *online shopping* karena teknologi ekonomi digital semakin berkembang yang memberikan banyak kelebihan saat melakukan pembelian *online*. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti ingin membuktikan pengaruh kelima variabel independen ini terhadap variabel dependen dengan melakukan penelitian ini pada masyarakat kota Batam yaitu seperti berikut ini:

- 1) Apakah *financial risk* mempengaruhi *intention to purchase online* pada aplikasi *online shopping* ?
- 2) Apakah *product risk* berdampak pada *intention to purchase online* pada aplikasi *online shopping* ?
- 3) Apakah *merchandise variety* memiliki efek *intention to purchase online* pada aplikasi *online shopping* ?

- 4) Apakah *price consciousness* merupakan pengaruh *intention to purchase online* pada aplikasi *online shopping*?
- 5) Apakah *convenience* berefek pada *intention to purchase online* pada aplikasi *online shopping*?

1.3. Tujuan dan manfaat penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berlandaskan ringkasan masalah yang telah diringkas maksud dari melakukan riset ini tentunya untuk membuktikan dampak yang signifikan dari financial risk, product risk, merchandise variety, price consciousness, dan convenience terhadap minat membeli rakyat Batam pada *aplikasi online shopping*.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Ada dua kegunaan dari hasil melakukan riset ini dari segi kalangan industri dan dari segi akademik :

1. Untuk kalangan industri: Perusahaan mendapatkan acuan untuk meningkatkan kualitas layanan pada aplikasi *online shopping* yang semakin banyak pesaing dan perusahaan dapat meningkatkan promosi agar aplikasi *online shopping* semakin menarik untuk di kunjungi atau digunakan untuk bertransaksi jual beli *online*.
2. Bagi Akademik: Sebagai referensi jika ingin meneliti tentang minat pembelian *online*, untuk membuat penelitian yang lebih baik dari sebelumnya, dan untuk menambah ilmu pengetahuan tentang *online shopping*.

1.4. Sistematika Pembahasan

Penyusunan kerangka studi ini akan dijabarkan secara ringkas sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab 1 ini penulis akan menjelaskan tentang permasalahan yang terjadi, rumusan asumsi sementara,

- kegunaan yang dapat di ambil, serta penataan yang tepat untuk di bahas.
- BAB II : KERANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**
 Kedua berkenaan dengan jurnal yang mendukung riset ini, definisi *variable dependent* signifikansi antara *variable dependent* dan *independent*, model penelitian yang digunakan untuk diteliti dan ringkasan dugaan sementara atau disebut dengan hipotesis.
- BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**
 Di dalam bab 3 akan mengkaji atas dasar observasi, sasaran riset, definisi daftar pernyataan *variable*, cara mengumpulkan data, tata cara mengkaji tesisnya.
- BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**
 Keempat akan di jelaskan bagaimana hasil dari ulasan dan hasil uji data yang telah dilakukan menggunakan sistem SPSS, kerangka data mengenai keadaan subjek atau objek penelitian dan penjelasan tentang hasil presumsi yang sudah di uji.
- BAB V : KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN REKOMENDASI**
 Kemudian yang terakhir memberikan ide pemikiran penulis yang didapat dari hasil studi, kesulitan-kesulitan yang dihadapi, dan pendapat dari penulis bagi pembuat karya ilmiah kedepannya.