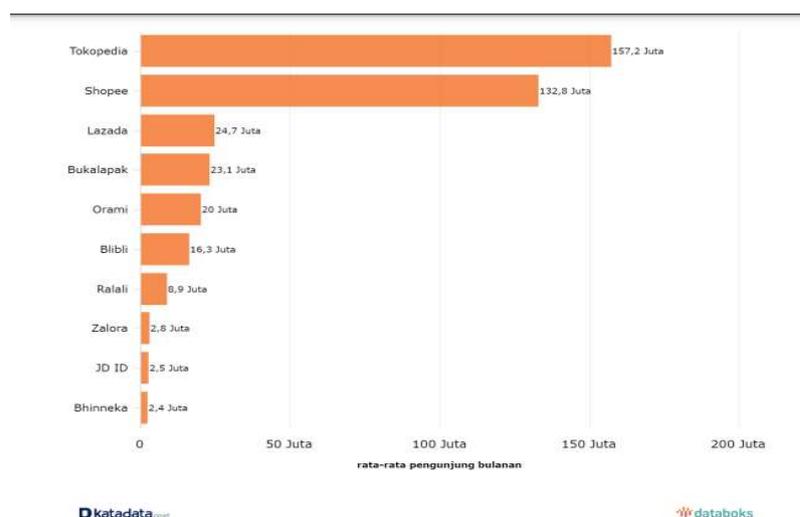


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi yang semakin maju mendorong perkembangan teknologi semakin canggih banyak kemudahan dalam kehidupan masyarakat. Internet merupakan suatu kemudahan yang ada di era globalisasi ini, internet berperan penting di beragam bidang diantaranya dunia pendidikan, dunia hiburan, ataupun dunia pemasaran. Internet berkembang di Indonesia mulai dari tahun 1990 dan hingga sekarang ini internet menjadi suatu komponen yang tak terpisahkan. Kebutuhan internet meningkat baik di dunia pendidikan, hiburan dan pemasaran. Salah satunya yaitu bisnis online melalui *E-Commerce* yang saat ini sedang berjalan pesat.



Gambar 1. 1 Presentase pengunjung E-commerce di Indonesia kuartal I 2022

(Sumber : iprice.co.id / 22 september 2022 pukul 10.34)

Gambar 1.1 menampilkan bahwasanya pada tahun 2022 masyarakat Indonesia sudah banyak yang menggunakan *E-commerce*. Shopee ialah sebuah *E-commerce* yang banyak diketahui oleh masyarakat Indonesia. Pada kuartal I 2022, Shopee menduduki peringkat kedua sebagai *E-commerce* yang mempunyai pengunjung sebanyak 132,77 juta setiap bulannya. Shopee sebagai *marketplace* mampu bersaing dengan *marketplace* lainnya. Shopee menyediakan pilihan yang baik kepada pengguna *E-commerce*.

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan Shopee memiliki basis pengguna yang cukup tinggi, sehingga potensi penjualan produk di *marketplace* Shopee relatif cukup besar. Persaingan semakin ketat karena banyak sekali *marketplace* baru yang sedang naik daun di Indonesia, misalnya Elevenia, Matahari, Sociolla, JD ID, Blibli, Bukalapak, Lazada, Tokopedia, dan sebagainya.

Jumlah review produk yang tidak sesuai dengan produk yang dievaluasi, kemudahan yang diberikan kepada konsumen dan promosi yang ditawarkan pihak shopee terhadap konsumen. Perusahaan Shopee harus menilai permintaan konsumen sehubungan dengan keluhan ini. Apakah pelanggan senang dengan kinerja *marketplace* Shopee dan bagaimana keluhan itu bisa diperbaiki dan diperbaiki lagi.

Shopee termasuk *e-commerce* yang terkenal di Indonesia. Shopee mulai masuk di Indonesia pada Juni 2015. Adanya perubahan di era globalisasi ini masyarakat yang sebelumnya membeli dengan pergi ke tempat perbelanjaan saat ini berubah menjadi berbelanja online. Adapun berbagai pertimbangan dalam

menetapkan membeli secara online misalnya kemudahan, ulasan produk, serta promosi yang diberikan *E-commerce* tersebut.

Shopee berusaha menawarkan berbagai promosi untuk menarik pembeli. Adapun promosi yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu promo gratis ongkir yang dilaksanakan tiap bulan pada tanggal khusus tertentu. Tanggapan yang muncul dari pembeli dari segi ulasan produk, kemudahan dan promosi menentukan keputusan pembelian untuk membeli berbagai produk.

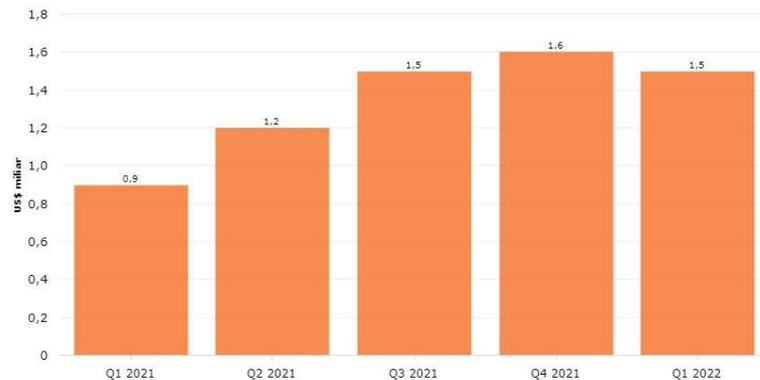
Tabel 1. 1 Daftar promosi shopee ditahun 2022

No	Jenis promosi	Keterangan
1.	Shopee Flashsale	Promo murah meriah yang menunjang pembelian dengan tiga kali kuota flash sale setiap hari
2.	Gratis Ongkir	Promo yang memberi gratis biaya pengiriman ke semua daerah Indonesia
3.	Reward koin Shopee	Salah satu dari sekian banyak promosi Shopee adalah Shopee Coin Reward Voucher. Anda dapat memilih agar voucher toko Anda ditampilkan di halaman Hadiah Koin Shopee di aplikasi dan situs web dengan menggunakan Voucher Hadiah Koin Shopee.

4.	Kode Voucher shopee	Promo yang tersedia dengan kode voucher yang bervariasi bagi tiap kategori dan transaksi pembelian yang berbeda.
5.	Diskon harga	Potongan harga pada produk yang dijual
6.	Promo kartu kredit	Promo yang disediakan dari hasil kerjasama Shopee bersama Lembaga bank bersangkutan
7.	Promo shopeePay Later	Promo yang diberikan Shopee berupa cicilan atau pinjaman sementara yang diberikan guna memudahkan konsumen mendapatkan produk yang diharapkan dengan kemampuan ekonomi yang terbatas

(Sumber : iprice.co.id / 22 September 2022 Pukul 10.34)

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan shopee menawarkan berbagai macam promosi untuk menarik konsumen supaya membeli jasa/ barang di *e-commerce* shopee. Dengan adanya berbagai macam promosi yang ditawarkan shopee hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada *marketplace* shopee.



Gambar 1. 2 Presentase pendapatan shopee pada tahun 2022
(Sumber: katadata.co.id 17 oktober 2022 pukul 19.29)

Berdasarkan data pendapatan diatas bahwa pada kuartal I 2022 shopee mengalami penurunan pendapatan 6,25% jika dibandingkan dengan kuartal sebelumnya. Ada berbagai factor yang memengaruhi keputusan pembelian diantaranya yaitu ulasan produk, kemudahan dan promosi. Memilih barang mana yang akan dibeli merupakan keputusan yang harus diambil konsumen secara terus menerus. Seringkali tidak pasti karena pembeli merasakan beberapa tingkat risiko ketika memilih suatu pilihan (Simanjuntak, Rivio, & ..., 2022, p. 956)

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penulis memiliki ketertarikan guna menyelenggarakan penelitian terkait keputusan pembelian pada *E-commerce* shopee berjudul **“Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Kota Batam”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari pemaparan latar belakang di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi yaitu meliputi :

1. Kemudahan yang diberikan oleh shopee berhubungan dengan metode pembayaran COD (cash on delivery) hanya bisa digunakan di beberapa toko saja.
2. Dari beberapa promosi yang diberikan oleh shopee hanya beberapa saja yang dapat mendukung transaksi pembelian.

1.3 Batasan Masalah

Karena adanya keterbatasan dari segi biaya, waktu, ataupun kemampuan penulis, maka penulis memberikan batasan pada proses penelitian ini yang meliputi:

1. Penelitian dilaksanakan terhadap pengguna Shopee di Kecamatan Batu Aji.
2. Responden ialah pengguna Shopee di Kecamatan Batu Aji Kelurahan Tanjung Uncang.

1.4 Rumusan Masalah

Dari penjelasan tersebut maka rumusan masalah yang diteliti pada penelitian ini yakni :

1. Apakah ulasan produk terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee ?

2. Apakah kemudahan pada *marketplace* Shopee terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ?
3. Apakah promosi terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee ?
4. Apakah ulasan produk, kemudahan dan promosi terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee ?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari rumusan permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian yang dapat dirumuskan, yakni :

1. Guna memahami pengaruh ulasan produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee.
2. Guna memahami pengaruh kemudahan secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee.
3. Guna memahami pengaruh promosi secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee.
4. Guna memahami pengaruh ulasan produk, kemudahan dan promosi secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharap mampu memberi manfaat kepada bagian aspek yang memerlukan baik teoritis ataupun kepraktisan :

1.6.1 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

- a. Untuk menyelesaikan laporan tugas akhir
 - b. Untuk pembahsan yang dapat meningkatkan wawasan
 - c. Untuk mengetahui pengaruh ulasan produk, kemudahan serta promosi terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee.
2. Bagi Universitas Putera Batam
- Penelitian ini diharap bisa dijadikan sebuah sumber referensi yang berguna serta terhimpun dalam perpustakaan Universitas Putera Batam.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Diharap dapat menjadi referensi yang menarik untuk dikembangkan
 - b. Dapat menambah pengetahuan yang baik bagi pembaca

1.6.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharap bisa memberi wawasan berikutnya dalam lingkup manajemen pemasaran yang terkait dengan kemudahan, ulasan produk serta promosi terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee ataupun sejenisnya.