

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli. Kota Batam, sebagai salah satu kota yang berkembang pesat di Indonesia, juga menyaksikan pertumbuhan signifikan dalam penggunaan internet, telepon genggam, dan peningkatan aktivitas berbelanja melalui *marketplace*. Fenomena ini telah membuka peluang besar bagi pasar online, termasuk penjualan HP iPhone melalui platform *marketplace*.

Telepon genggam, khususnya *smartphone*, telah menjadi perangkat yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Tidak hanya digunakan untuk komunikasi dasar, *smartphone* kini berfungsi sebagai alat untuk mengakses internet, menjalankan berbagai aplikasi, mengambil foto dan video berkualitas tinggi, serta melakukan pekerjaan produktif. Di antara berbagai merek *smartphone*, iPhone yang diproduksi oleh Apple Inc. menempati posisi istimewa di pasar, terkenal dengan desainnya yang menarik, integrasi yang baik dengan ekosistem Apple, keamanan yang tinggi, dan status sosial yang terkait dengannya.

Salah satu platform yang populer untuk jual beli online di Batam adalah Forum Jual Beli (FJB) yang terdapat di *marketplace Facebook*. FJB menjadi tempat utama bagi penjual dan pembeli untuk berinteraksi dalam transaksi jual beli, termasuk untuk produk HP iPhone. Popularitas FJB HP iPhone di Kota Batam menunjukkan pentingnya penelitian untuk memahami perilaku pembelian konsumen dalam konteks ini.

Namun, seiring dengan pertumbuhan popularitas *marketplace* FJB, persaingan di pasar online juga semakin ketat. Untuk tetap bersaing, penjual perlu memahami secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam konteks ini, tiga faktor utama yang perlu diperhatikan adalah keamanan, kepercayaan, dan kemudahan berbelanja.

Keamanan dalam platform *marketplace* merupakan hal yang sangat penting bagi konsumen. Menurut Napitupulu & Supriyono (2022:197), konsumen yang merasa aman dalam lingkungan internet secara menyeluruh akan lebih percaya diri dalam melakukan pembelian melalui platform *marketplace*. Namun, ancaman seperti penipuan, pencurian identitas, atau kebocoran data pribadi masih menjadi kekhawatiran utama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Standarisasi keamanan dalam *marketplace* mencakup beberapa aspek penting. Pertama, enkripsi data merupakan langkah kunci untuk melindungi informasi pribadi pengguna seperti nama, alamat, dan informasi pembayaran. Penggunaan protokol enkripsi seperti SSL/TLS memastikan bahwa data yang dikirimkan antara pengguna dan platform *marketplace* terenkripsi dan tidak dapat diakses oleh pihak yang tidak sah. Selain itu, keamanan transaksi finansial juga menjadi perhatian utama, termasuk penggunaan metode pembayaran yang aman dan implementasi kontrol keamanan yang memadai untuk mencegah penipuan.

Kepercayaan konsumen terhadap *marketplace* dan penjual juga memainkan peran krusial dalam membentuk keputusan pembelian (Chrisanta & Rokhman, 2022):25). Faktor-faktor seperti reputasi penjual, kejelasan kebijakan pengembalian barang, dan kualitas layanan pelanggan dapat mempengaruhi tingkat

kepercayaan konsumen. Dalam konteks FJB HP iPhone di Batam, kepercayaan menjadi semakin penting mengingat nilai transaksi yang relatif tinggi untuk produk iPhone.

Standarisasi kepercayaan mencakup beberapa faktor yang membangun kepercayaan konsumen terhadap *platform marketplace* dan penjual. Sistem penilaian atau ulasan dari pengguna sebelumnya yang memberikan umpan balik tentang pengalaman mereka dengan penjual tertentu menjadi sangat penting. Selain itu, kejelasan kebijakan pengembalian barang dan garansi produk juga merupakan standar kepercayaan yang penting. Transparansi dalam proses transaksi, termasuk informasi yang jelas tentang biaya tambahan, kebijakan pengiriman, dan estimasi waktu pengiriman, juga memungkinkan konsumen untuk membuat keputusan pembelian yang lebih terinformasi.

Ketika seseorang ingin mencari dan membeli produk *handphone iphone* melalui FJB saat itulah dia akan *scroll* di setiap beranda, kemudahan mencari barang yang diinginkan bisa difilter, jarak radius barang bisa diatur sesuai keinginan, saat sudah ditemukan dan merasa cocok bisa langsung inbox penjual untuk transaksi barang tersebut, waktu dan tempat pertemuan antar pembeli dan penjual bisa diatur waktu dan tempatnya yang fleksibel dan aman. Saat sudah bertemu dilanjutkan pengecekan kondisi barang jika merasa cocok tinggal melanjutkan proses pembayaran, proses pembayaran sangat mudah bisa cash mau pun transfer, dengan kemajuan teknologi proses pembayaran sangat lah mudah, bisa tranfer maupun QRIS, sesuai kesepakatan antar dua belah pihak, ada kalanya penjual minta *cash* menyesuaikan kondisinya, adakalanya mereka sangat butuh

uang cash untuk kebutuhan mendadak. Ada hal lain yaitu garansi barang dari penjual barang bila terjadi kerusakan dalam waktu kesepakatan penjualan, bisa 1 minggu maupun 1 bulan. Inilah beberapa hal kemudahan dalam jual beli di FJB. Hal lain dalam kemudahan pemesanan barang, misalkan pembeli membeli barang sesuai pesanan yang diinginkan, proses pengiriman barang bisa diantar langsung oleh penjual, ada kalanya penjual menggunakan jasa kurir, karena sangat banyak tersedia jasa kurir di Batam. Dan ini akan sangat menghemat waktu dan tenaga. Pembayaran dilakukan saat barang diantar dan kondisi barang sesuai yang di pesan, bila tidak sesuai pesanan barang bisa dikembalikan ini juga guna untuk keamanan serta kepercayaan yang dibangun antara penjual dan pembeli.

Kemudahan dalam melakukan transaksi, termasuk proses pembayaran, navigasi situs, dan dukungan pelanggan, juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Dessy Yunita et al., 2023:191). (Sari & Oswari, 2020:36-46) menegaskan bahwa kemudahan yang menjadi fokus utama bagi penyedia atau penjual *online* dapat bervariasi dalam tingkatannya, namun pada dasarnya ada standar kemudahan yang seragam bagi semua pengguna.

Standarisasi kemudahan mencakup berbagai aspek yang memudahkan pengguna dalam bertransaksi di platform *marketplace*. Tata letak situs atau aplikasi yang intuitif memungkinkan pengguna untuk dengan mudah menavigasi antara produk, kategori, dan halaman pembayaran. Proses pembayaran yang lancar dan aksesibilitas pelayanan pelanggan juga menjadi faktor penting dalam standarisasi kemudahan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sindiah & Rustam (2023) mengkaji pengaruh keamanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di *e-commerce Facebook*, dapat disimpulkan bahwa keamanan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengembangan fitur keamanan dan kepercayaan dalam platform *e-commerce Facebook* dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, mengurangi risiko penipuan, dan secara keseluruhan memperkuat keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini memberikan wawasan yang relevan tentang pentingnya faktor keamanan dan kepercayaan dalam konteks *e-commerce*, serta menekankan perlunya perusahaan *e-commerce* untuk terus meningkatkan keamanan dan kepercayaan konsumen guna meningkatkan keputusan pembelian. (Sindiah & Rustam, 2023:44).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Chrisanta & Rokhman, 2022:25-26) mengkaji bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara kemudahan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, keamanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor kepercayaan, kemudahan, dan keamanan memainkan peran yang penting dalam memengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja online di situs *e-marketplace* (Chrisanta & Rokhman, 2022:25-26).

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian online, masih ada keterbatasan dalam konteks geografis dan jenis barang yang diteliti. Penelitian yang spesifik terkait dengan

pembelian HP iPhone melalui *marketplace* FJB di Kota Batam dapat memberikan wawasan yang lebih akurat dan relevan untuk pelaku bisnis di wilayah tersebut.

Keputusan pembelian konsumen merupakan proses kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Darbin, Irenius (2021), kebanyakan konsumen, baik individu maupun organisasi, melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek apa yang akan dibeli. Dalam konteks pembelian online, faktor-faktor seperti keamanan data, kepercayaan terhadap penjual, dan kemudahan penggunaan platform menjadi pertimbangan utama.

Berdasarkan latar belakang yang sudah di uraikan di atas ingin mengetahui bagaimana *marketplace Facebook* dapat bertahan di tengah persaingan *marketplace* yang semakin banyak dengan mengangkat topik judul **“PENGARUH KEAMANAN, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* FJB HP IPHONE DI KOTA BATAM”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Sehubungan dengan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut

1. Tingginya risiko penipuan dan kecurangan dalam transaksi online di platform FJB HP iPhone di Kota Batam, yang menimbulkan kekhawatiran konsumen terhadap keamanan data pribadi dan informasi pembayaran.
2. Kesulitan konsumen dalam memverifikasi keabsahan penjual dan keaslian produk iPhone yang dijual di FJB, serta ketidakpastian mengenai kualitas layanan purnajual dan garansi produk.

3. Kompleksitas dalam proses pencarian, pembelian, dan pembayaran produk di platform FJB, termasuk keterbatasan dalam pilihan metode pembayaran dan pengiriman yang aman dan nyaman bagi konsumen.
4. Maraknya peredaran iPhone palsu atau rekondisi yang dijual sebagai produk baru di platform FJB, menyebabkan kesulitan bagi konsumen dalam membedakan produk asli dan palsu secara online.

1.3 Batasan Masalah

Mengingat keterbatasan waktu, biaya, dan usaha, maka penelitian ini dibatasi pada hal-hal berikut

1. Penelitian ini fokus pada *marketplace* FJB (Forum Jual Beli) HP iPhone yang beroperasi di Kota Batam.
2. Objek penelitian dibatasi pada konsumen yang pernah melakukan atau mempertimbangkan pembelian HP iPhone melalui platform FJB di Kota Batam dalam kurun waktu 3 tahun terakhir.
3. Variabel yang diteliti dibatasi pada tiga faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu keamanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan platform FJB.
4. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keputusan pembelian, tanpa mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti harga, brand loyalty, atau preferensi produk.
5. Pengumpulan data akan dilakukan melalui survei online dan dibatasi pada responden yang berdomisili di Kota Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahan yang dikemukakan dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Apakah aspek Keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian HP iPhone melalui *marketplace* FJB di Kota Batam?
2. Apakah tingkat Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian HP iPhone melalui *marketplace* FJB di Kota Batam?
3. Apakah Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian HP iPhone melalui *marketplace* FJB di Kota Batam?
4. Apakah Keamanan, Kepercayaan, dan Kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian HP iPhone melalui *marketplace* FJB di Kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh aspek keamanan terhadap proses pembelian HP iPhone melalui *marketplace* FJB di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian HP iPhone melalui *marketplace* FJB di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap pembelian HP iPhone melalui *marketplace* FJB di Kota Batam.

4. Untuk mengetahui, pengaruh keamanan, kepercayaan, dan kemudahan terhadap pengambilan keputusan pembelian HP iPhone melalui *marketplace* FJB di Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

- a. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori perilaku konsumen dalam konteks e-commerce, khususnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada *marketplace*. Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang pengaruh keamanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian online.

- b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Temuan dari penelitian ini dapat menjadi landasan atau referensi untuk penelitian selanjutnya dalam bidang pemasaran digital, khususnya yang berkaitan dengan *marketplace* dan perilaku konsumen online. Penelitian ini juga dapat membuka peluang untuk eksplorasi lebih lanjut tentang faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian online di kota-kota berkembang seperti Batam.

1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini memungkinkan penulis untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam situasi praktis di dunia nyata.

Penulis juga akan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika pasar online dan perilaku konsumen di Kota Batam.

b. Bagi Universitas Putera Batam

Hasil penelitian ini dapat memperkaya repository penelitian universitas dan memperkuat reputasi institusi dalam menghasilkan penelitian yang relevan dengan perkembangan ekonomi digital di Kota Batam.

c. Bagi Pelaku Bisnis di *Marketplace* FJB

Temuan penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi penjual dan pengelola platform *marketplace* FJB di Kota Batam. Mereka dapat menggunakan hasil penelitian untuk meningkatkan strategi pemasaran, memperbaiki aspek keamanan transaksi, membangun kepercayaan konsumen, dan meningkatkan kemudahan penggunaan platform mereka.

d. Bagi Konsumen

Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang faktor-faktor penting yang perlu dipertimbangkan saat berbelanja online, khususnya untuk produk bernilai tinggi seperti iPhone. Ini dapat membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih informed dan aman.

e. Bagi Pemerintah Kota Batam

Hasil penelitian dapat memberikan informasi yang berguna bagi pembuat kebijakan di Kota Batam dalam mengembangkan regulasi dan inisiatif yang mendukung pertumbuhan e-commerce yang aman dan terpercaya di kota tersebut.