

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digitalisasi saat ini, pengguna internet semakin berkembang luas dan mempunyai ruang yang tidak terukur sehingga menyebabkan perubahan dalam kehidupan manusia menjadi semakin praktis. Pada zaman dahulu jika kita ingin membeli suatu barang maka kita harus terlebih dahulu bertemu langsung dengan penjual. Penjual dan pembeli harus bertatap muka agar terjadi sebuah transaksi. Namun seiring berjalannya waktu, internet membawa perubahan yang sangat memudahkan manusia disela-sela produktivitas yang tinggi sehingga dapat mempersingkat waktu salah satunya dalam proses pembelian barang yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa adanya keterbatasan jarak, waktu dan biaya juga dapat langsung diatasi dengan sangat mudah. Perkembangan internet yang terus berubah dimana internet dulunya sebagai alat untuk berkomunikasi, tetapi pada saat ini internet sudah banyak dipakai sebagai alat untuk berbisnis secara *online*. Internet menyediakan situs khusus untuk berbelanja yang disebut dengan *e-commerce* atau *electronic commerce* [1].

Munculnya *e-commerce* membawa gaya hidup baru di kalangan masyarakat [1]. Mereka lebih senang meluangkan waktu untuk mencari informasi produk secara online daripada berkunjung langsung ke toko sebelum memutuskan pembelian. Kebutuhan akan kemudahan akses dan informasi inilah yang membuat *e-commerce* mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk serta dalam proses pengambilan keputusan yang menentukan adalah kegiatan tersebut [2]. Sehingga pada saat ini masyarakat di Indonesia mulai beralih ke pasar maya dan telah terbiasa dengan bertransaksi secara *online* melalui *smartphone*. Hal ini menjadi sebuah kesempatan besar bagi *e-commerce* agar bisa berkembang pesat di Indonesia.

Pada saat ini telah banyak *e-commerce* yang bermunculan di Indonesia seperti OLX, Shopee, Zalora, TokoPedia, BukaLapak.com, Blibli.com, Lazada dan JD.ID

dengan *tagline* “DijaminOri”. JD.ID dengan misi ‘*Make The Joy Happen*’ yaitu menghadirkan kebahagiaan kepada seluruh pelanggan di Indonesia dengan memberikan layanan handal, cepat, dan aman untuk memilih serangkaian produk-produk berkualitas asli dengan harga yang kompetitif [3]. JD.ID pertama kali beroperasi di Indonesia pada bulan November 2015 [3]. JD.ID dibentuk atas kerjasama dengan JD.com yang memakai *code top level domain* Indonesia (.ID) yang dibuat untuk memperlihatkan komitmennya dalam memberikan layanan terbaik di Indonesia yang lebih cepat dan aman [3]. Dengan memanfaatkan armada logistik miliknya sendiri serta didukung oleh jaringan mitra di seluruh Indonesia, JD.ID dapat menyediakan layanan antar yang cepat dan diandalkan di seluruh wilayah Indonesia [3]. JD.ID menjadi salah satu dari 10 *e-commerce* yang paling sering dikunjungi di Indonesia. Berikut gambar tingkatan *e-commerce* terpopuler di Indonesia tahun 2021 .

Telusuri Persaingan Toko Online di Indonesia

Filter berdasarkan Model Bisnis Store Type Asal Toko Pilih Data per Kuartal Q2 2021

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1 Tokopedia	147,790,000	#2	#4	853,000	3,828,300	6,525,650	4,944
2 Shopee	126,996,700	#1	#1	6,038,000	7,757,940	21,855,970	12,192
3 Bukalapak	29,460,000	#6	#5	215,600	1,661,140	2,518,990	2,316
4 Lazada	27,670,000	#3	#2	430,000	2,975,370	31,364,410	4,126
5 Blibli	18,440,000	#8	#7	529,600	1,622,480	8,598,260	1,979
6 Bhinneka	6,996,700	#21	#17	67,100	42,280	1,036,230	487
7 Orami	6,260,000	n/a	n/a	5,820	6,040	351,770	211
8 Ralali	5,123,300	#26	n/a	2,880	41,160	91,390	176
9 JD ID	3,763,300	#7	#6	42,000	590,670	939,770	1,185
10 Zalora	3,366,700	#5	#8	n/a	720,090	7,889,080	580

Sumber : www.cnbindonesia.com

Gambar 1. 10 Top e-commerce di Indonesia Quartal II tahun 2021

Dalam dunia belanja *online* tidak ada pertemuan antara pembeli dan penjual, sehingga untuk memutuskan pembelian secara online, terdapat beberapa pertimbangan seperti kepercayaan, kemudahan dan ulasan produk dalam

bertransaksi. Kepercayaan menjadi sebuah hal terpenting didalam bisnis *online*. Kepercayaan merupakan pondasi dari bisnis, suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai dan kepercayaan ini tidak begitu saja diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan kebenarannya sehingga kepercayaan dipertimbangkan sebagai katalis dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan [4].

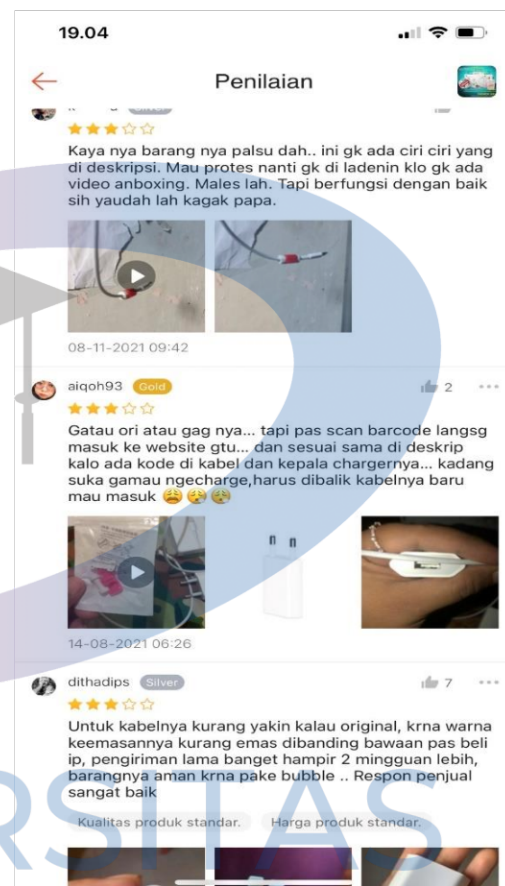
Aktivitas bidang usaha yang dijalankan adalah melalui *online*, penjual dan pembeli tidak berhadapan secara langsung. Karena semakin berkembang dan canggihnya teknologi, semakin berkembang juga modus kejahatan berupa penipuan di *online shopping*. Tidak sedikit penjual *online* yang mengirimkan produk fiktif atau tidak sesuai dengan apa yang ditampilkan oleh penjual. Berdasarkan hasil pra-survey yang dilakukan terhadap beberapa mahasiswa Universitas Mikroskil Stambuk 2018 yang pernah melakukan transaksi di JD.ID menyatakan merasa aman dan nyaman ketika bertransaksi di JD.ID. Sesuai dengan *tagline*-nya “DiJaminOri” JD.ID menjamin produk yang ada didalamnya merupakan produk asli atau original [3]. Konsumen merasa aman ketika ingin membeli produk terutama produk elektronik di JD.ID karena sudah terjamin dengan keasliannya dan menyediakan harga yang kompetitif. Selain itu JD.ID memberikan garansi produk jika produk rusak atau tidak sesuai dengan pesanan saat sampai di tangan konsumen dan kerusakan atau kesalahan disebabkan oleh penjual, maka produk itu bisa diganti dengan produk baru atau pengembalian dana sesuai dengan harga produk tersebut dalam waktu 1x24 jam. Tetapi sebagian konsumen merasa kurang nyaman dengan garansi produk yang diberikan oleh JD.ID dikarenakan prosedur yang harus di lewati lumayan sulit dan memakan waktu. Berdasarkan dari hasil pra-survey konsumen merasa aman dan percaya akan keaslian pada produk elektronik yang di jual dalam *e-commerce* JD.ID, berikut contoh perbandingan produk elektronik yang dijual di *e-commerce* Shopee dan *e-commerce* JD.ID yang di ambil dari pengalaman konsumen yang sudah melakukan pembelian :

Komentar konsumen yang telah membeli sebuah charger Iphone seharga Rp.176.000,- melalui e-commerce JD.ID



Sumber : www.jd.id

Komentar konsumen yang telah membeli sebuah charger Iphone seharga Rp.170.000,- melalui e-commerce Shopee



Sumber : www.shopee.com

Gambar 1. 2 Perbandingan antara e-commerce Shopee dan JD.ID dengan produk yang sama

Pada gambar 1.2 di atas, terlihat perbandingan keaslian produk yang dijual pada e-commerce JD.ID dengan e-commerce Shopee. Pada e-commerce JD.ID terkenal dengan keaslian produk elektroniknya, hal ini dapat dibuktikan karena sejak awal e-commerce JD.ID tidak berkerja sama dengan penjual perorangan seperti e-commerce lain. JD.ID hanya berkerjasama dengan produsennya langsung sehingga produk elektronik didalam e-commerce JD.ID dipastikan asli dan terpercaya [5] . Berdasarkan penelitian terdahulu menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh

signifikan terhadap keputusan pembelian [6]. Sedangkan penelitian lain menyatakan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian [7].

Selanjutnya adalah faktor Kemudahan. Kemudahan penggunaan juga merupakan hal yang penting agar memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian. Pertimbangan pembeli *online* untuk membeli barang di *online shop* adalah faktor penggunaan aplikasi. Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha dan kondisi dimana konsumen meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya [8]. *E-commerce* memberikan fasilitas yang mampu membuat konsumen menghemat waktu dan usaha dengan membuatnya mudah menemukan penjual, mencari barang dan melakukan penawaran [9]. Konsumen akan merasa senang jika mendapatkan kemudahan dalam proses melakukan transaksi untuk barang yang akan dibeli. Sehingga kemudahan penggunaan dikatakan sebagai kepercayaan untuk proses pengambilan keputusan. Pada saat ini JD.ID memiliki 12 kategori pilihan produk dan terus bertambah sesuai dengan perkembangan usaha di Indonesia [3]. JD.ID memiliki jumlah produk yang ditawarkan bertumbuh cepat dari 10.000 jenis produk pada tahun 2015 dan menjadi sekitar 100.000 jenis produk pada akhir tahun 2016 [3]. JD.ID juga menyediakan jasa pengiriman yang menjangkau 365 kota di seluruh Indonesia dengan ribuan armada yang siap mengantarkan langsung ke pelanggan JD.ID [3]. Hal ini sangat memudahkan konsumen untuk mencari dan membeli produk melalui JD.ID karena terdapat banyak variasi produk didalamnya. Pada pandemi covid-19 saat ini, JD.ID menciptakan sebuah fitur baru yang bernama “JD.ID *Nearby Shop*” yang berkerjasama dengan toko Alfamart yang sudah tersedia di 920 toko Alfamart yang aktif beroperasi [3]. Melalui fitur ini konsumen dapat dengan mudah mengunjungi dan berbelanja barang kebutuhan di berbagai toko yang lokasinya paling dekat dengan konsumen. Selain itu, dengan fitur ini menjadikan batas jarak dan waktu tempuh antara lokasi toko Alfamart dan konsumen semakin dekat dan singkat. Melalui fitur ini, seluruh konsumen dengan mudah mengunjungi dan berbelanja barang kebutuhan di toko Alfamart terdekat dan dapat diakses langsung melalui situs web dan aplikasi JD.ID, sehingga pesanan para konsumen akan langsung dikirimkan

oleh kurir dengan waktu pengiriman yang instant, dan selain itu konsumen juga bisa langsung mengambil di toko offline Alfamart. Sehingga dengan adanya fitur ini semakin memudahkan konsumen dalam berbelanja [10]. Selain kemudahan dalam mendapatkan barang, JD.ID juga menyediakan kemudahan dalam melakukan proses pembayaran. Terdapat 2 jenis pembayaran yang disediakan oleh *e-commerce* JD.ID yaitu pembayaran online dan *cash on delivery* (COD). Pembayaran *online* dapat dilakukan dengan cara *transfer* melalui Bank, kartu kredit, Go-Pay, *virtual account*, cicilan tanpa kartu kredit, melalui Alfamart atau Indomaret terdekat. Sedangkan *cash on delivery* (COD) dapat dilakukan dengan cara membayar jumlah harga pesanan melalui kurir saat paket telah diterima. *Cash on delivery* atau COD sangat memudahkan konsumen yang tidak dapat melakukan pembayaran *online* tetapi tetap bisa berbelanja melalui *e-commerce* JD.ID.

Berdasarkan hasil pra-survey yang dilakukan terhadap beberapa mahasiswa Universitas Mikroskil Stambuk 2018 yang pernah melakukan transaksi di JD.ID bahwa JD.ID memberikan kemudahan dalam penggunaan terutama dalam pencarian produk dan fitur yang mudah dipahami. Serta konsumen mengatakan bahwa produk yang ada di JD.ID lengkap dan asli sehingga konsumen dengan mudah mencari apa yang akan mereka inginkan terutama produk elektronik. Sedangkan ada konsumen yang menyatakan bahwa terkadang merasa sedikit kesulitan dalam mencari produk di JD.ID seperti produk yang bersifat spesifik dan *technical*. Dimana penulisan *keyword* yang tepat cukup menyulitkan konsumen yang masih awam terhadap produk tersebut, tetapi untungnya JD.ID memiliki fitur “Paling Sesuai” dimana jika konsumen mencari suatu produk maka JD.ID akan menampilkan beberapa produk yang hampir serupa dengan produk yang di cari konsumen sehingga fitur tersebut cukup membantu konsumen dalam mencari barang yang dimaksud. Berdasarkan penelitian terdahulu menyatakan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian [11]. Sedangkan berdasarkan penelitian lain menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian [12].

Ulasan produk merupakan kumpulan penilaian dan ulasan pembeli pada produk tertentu yang sudah diselesaikan. Ulasan produk digunakan sebagai alat untuk mengukur kepuasan pelanggan atas pembelian produk dan pelayanan toko di dalam *e-commerce* sehingga ulasan produk dianggap penting oleh konsumen. Ulasan

produk berisi gambar mencerminkan kualitas barang yang sebenarnya, seperti masalah warna, spesifikasi tidak konsisten, masalah penggunaan, atau kualitas tinggi dan pengalaman yang tidak baik [13]. Ulasan produk memberikan referensi kepada calon pembeli untuk menghindari resiko dalam belanja *online*, konsumen harus memperhatikan ulasan produk yang telah diberikan oleh konsumen sebelumnya dalam *e-commerce* JD.ID seperti gambar berikut.



Sumber : www.jd.id

Gambar 1. 3 Ulasan produk pada e-commerce JD.ID dan contoh kekecewaan konsumen yang disampaikan melalui ulasan produk

Pada gambar 1.3 diatas menunjukkan bahwa ulasan produk pada *e-commerce* JD.ID memiliki skala 1 bintang hingga 5 bintang dan juga komentar dari pembeli sebelumnya, dengan 5 bintang sebagai skala yang terbaik. Pembeli dapat melihat ulasan produk pada setiap halaman rincian produk dan dapat mempertimbangkan produk yang akan dibeli melalui penilaian pembeli sebelumnya. JD.ID juga

menyediakan kolom komentar, foto, dan video untuk pembeli yang telah menerima produk yang dibeli untuk melakukan penilaian. Sehingga hal ini menjadi sebuah acuan bagi pembeli yang mendatang. Walaupun *e-commerce* JD.ID memberikan keamanan berupa garansi pengembalian dana akan tetapi tidak sedikit testimoni dari pembeli di JD.ID yang kecewa yang disebabkan barang yang diterima rusak, tidak sesuai atau waktu penerimaan barang yang tidak sesuai dengan yang ditentukan. Sehingga hal ini akan membuat konsumen menjadi ragu dan takut untuk melakukan pembelian *online*. Berdasarkan hasil pra-survey yang dilakukan terhadap beberapa mahasiswa Universitas Mikroskil Stambul 2018 yang pernah melakukan transaksi di JD.ID mengatakan bahwa ulasan produk menjadi salah satu hal yang penting dikarenakan belanja *online* pembeli tidak mengetahui bentuk asli dari barang tersebut sehingga dibutuhkan ulasan produk yang berisi pengalaman seseorang yang sudah membeli dan menggunakan produk tersebut. Maka dari ulasan produk bisa dijadikan suatu acuan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian terdahulu menyatakan bahwa ulasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian [14]. Sedangkan penelitian lain menyatakan bahwa ulasan produk berpengaruh tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian [13].

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce JD.ID (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mikroskil)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dalam penelitian merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *e-commerce* JD.ID pada Mahasiswa Universitas Mikroskil ?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *e-commerce* JD.ID pada Mahasiswa Universitas Mikroskil ?
3. Apakah ulasan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *e-commerce* JD.ID pada Mahasiswa Universitas Mikroskil ?

4. Apakah kepercayaan, kemudahan dan ulasan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian melalui *e-commerce* JD.ID pada Mahasiswa Universitas Mikroskil ?

1.3 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini membahas mengenai pengaruh kepercayaan, kemudahan dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian online melalui *e-commerce* JD.ID :

1. Variabel dependen : Keputusan Pembelian (Y)
2. Variabel independen : Kepercayaan (X_1), Kemudahan (X_2), dan Ulasan Produk (X_3)
3. Objek Penelitian : Mahasiswa Universitas Mikroskil Stambuk 2018 yang pernah melakukan pembelian melalui *e-commerce* JD.ID.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian melalui *e-commerce* JD.ID.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian melalui *e-commerce* JD.ID.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ulasan produk terhadap keputusan pembelian melalui *e-commerce* JD.ID.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan, kemudahan dan ulasan produk secara simultan terhadap keputusan pembelian melalui *e-commerce* JD.ID.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca dan peneliti selanjutnya dalam bidang pemasaran, khususnya yang

terkait dengan pengaruh kepercayaan, kemudahan serta ulasan produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* JD.ID.

Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian sejenis.

2. Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini dapat membantu pihak *e-commerce* JD.ID untuk digunakan sebagai bahan perbandingan, pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya, sehingga dapat diharapkan lebih meningkatkan kualitas kepercayaan, kemudahan dan ulasan produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimasa yang akan datang.

1.6 Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Meri Sandora tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Secara Online” [15].

Adapun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah :

1. Pada penelitian sebelumnya variabel independen yang digunakan hanya dua variabel yaitu Kepercayaan dan Kemudahan sedangkan pada penelitian ini peneliti menambahkan variabel Ulasan Produk. Alasan peneliti menambahkan variabel Ulasan Produk karena ulasan produk merupakan sebuah fitur yang digunakan konsumen untuk mendeskripsikan kelebihan dan kekurangan suatu produk yang dapat digunakan sebagai sumber informasi produk, membandingkan produk yang sejenis di toko online lain, dan seleksi produk untung pengambilan keputusan pembelian [16].
2. Subjek pada penelitian sebelumnya adalah *e-commerce* Shopee sedangkan pada penelitian ini adalah *e-commerce* JD.ID
3. Objek pengamatan pada penelitian sebelumnya adalah DIII Manajemen Perusahaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sedangkan pada penelitian ini adalah pada Mahasiswa Universitas Mikroskil Stambuk 2018.
4. Periode penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2020 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021.