

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar merupakan tempat dimana dua pihak atau lebih terlibat dalam pembelian dan penjualan. Infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang disebut pasar dan pasar salah satu dari berbagai system, institusi, prosedur, hubungan social.

Semakin banyak produk yang dipasarkan haruslah mempunyai keunggulan yang memudahkan konsumen sebagai pemakai produk, karena seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang, membuat para pelaku bisnis lebih memacu diri dalam menghasilkan produk yang dapat diterima dan dipergunakan oleh konsumen. Banyak upaya yang dilakukan produsen agar konsumen lebih selektif untuk melakukan pilihan dalam menggunakan barang atau jasa dari produsen.

Persaingan semakin ketat seiring bertambahnya peradaban manusia dan berkembangnya bisnis yang semakin pesat. Sehingga mendorong setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan. Suatu perusahaan dapat sukses dalam mempertahankan pelanggan dengan memenuhi syarat yang ada. Agar tujuan tercapai maka setiap perusahaan harus menyampaikan barang dan berupaya menghasilkan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Jika suatu perusahaan sudah menetapkan strategi pemasaran dalam kebijakan harga maka konsumen akan mempelajari, mencoba, dan menerima produk tersebut. Cara konsumen menerima produk dari produsen yaitu dengan pembelian. Setiap perusahaan harus dapat memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya

Data pengguna internet di Indonesia tahun 2020 dengan populasi penduduk Indonesia 274.9 juta jiwa jumlah koneksi handphone mencapai 345.3 juta jiwa, pengguna internet mencapai 202.6 Juta Jiwa dan pengguna aktif sosial media mencapai 170 Juta Jiwa, menjadikan Indonesia pasar yang menjanjikan bagi pasar.

Semakin berkembangnya zaman internet memicu pertumbuhan ekonomi, banyak pelaku usaha yang menawarkan barang dan jasa mereka dengan

memanfaatkan internet. Manfaat dari media internet yaitu penjual bisa menjajakan barang atau jasa nya dalam jangkauan lebih luas tentu beda dengan menjajakan barang dipasar yang cakupannya lebih kecil.

Istilah jual beli dengan internet disebut *E-Commerce*. *E-commerce* adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan pada media elektronik. Dengan adanya e-commerce barang bisa didapatkan dengan online. Meskipun sarananya meliputi televisi dan telepon, kini e-commerce lebih sering terjadi melalui internet. Marketplace sendiri merupakan model *e-commerce*, dimana ia berfungsi sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Penjual yang berdagang di *marketplace* hanya meladeni pembeli. Semua aktivitas lain seperti pengolahan website sudah diurus oleh platform tersebut.

Shopee merupakan perusahaan E-Commerce (jual beli dengan menggunakan internet) yang berada dibawah naungan Garena (berubah nama menjadi SEA Group), perusahaan internet di Asia Tenggara. Menjalankan bisnis C2C *mobile marketplace*, Shopee resmi diperkenalkan di Singapura pada tahun 2015 yang diikuti dengan Negara Malaysia, Filipina, Taiwan, Thailand dan Indonesia. Shopee juga menawarkan beberapa fitur yang dapat menyaingi Lazada sebagai seniornya bagi konsumen yang ingin berbelanja diantaranya seperti fitur gratis ongkir, flashsale, chat dengan penjual, dan lain-lain. Walaupun terhitung baru, tetapi Shopee sudah mampu bersaing dengan toko online yang telah lebih dahulu berdiri dari Shopee dengan jumlah pengguna sebanyak 93.440.300 orang pengunjung setiap bulan dan Shopee menempati peringkat ke 1 dari 10 toko online yang paling diminati di Indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara prasurvei dengan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro dari semester 2 sampai semester 8 menunjukkan bahwa mayoritas dari mereka menggunakan aplikasi Shopee untuk berbelanja online. Tanggapan mereka mengenai aplikasi yaitu memudahkan untuk belanja online, tidak pernah ada kendala dalam ongkos kirim, tidak ada kendala dalam pengiriman dan tidak membingungkan dalam pengoperasian dari aplikasi Shopee. Selain itu kelebihan dari belanja di Shopee yaitu banyak diskon harga dan harga barang tidak terlalu mahal serta berkualitas bagus.

Tingkat peminat dari situs diatas dipengaruhi oleh kualitas dari aplikasi dari masing-masing platform (program) tersebut. Kualitas aplikasi dipengaruhi oleh kemudahan dalam menggunakan aplikasi karena kebanyakan konsumen tidak mau mengalami kesulitan dalam berbelanja situs tersebut harus

memberikan promosi berupa diskon harga agar menarik pembeli untuk melakukan pembelian barang. Banyak yang berminat dari situs tersebut terutama kalangan remaja yang mayoritas telah menggunakan internet.

Kualitas aplikasi merupakan baik buruknya kualitas dari suatu aplikasi. Kualitas aplikasi mencerminkan seberapa baik perangkat tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen dilihat dari spesifikasinya. Kualitas aplikasi menggambarkan kesesuaian untuk tujuan perangkat lunak atau atau bagaimana perbandingannya dengan pesaing di pasar sebagai produk yang berharga.

Munculnya perusahaan online shop dikalangan mahasiswa merupakan suatu peluang bagi para pelaku usaha yang membuka toko online. Sebab kebanyakan mahasiswa untuk membeli suatu barang mereka malas melakukan tawar menawar. Mahasiswa adalah sekelompok yang berorientasi banyak berbelanja karena mahasiswa cenderung suka berbelanja, suka dengan hal baru, tidak realistic. Pergaulan anak mahasiswa mempunyai pengaruh terhadap pembicaraan, penampilan , minatnya dan perilaku lebih besar dari pada pengaruh keluarga. Selain itu, penggunaan promosi akan meningkatkan minat berbelanja. Sehingga dapat meningkatkan pembelian barang pada toko online tersebut. Mahasiswa pendidikan ekonomi semester 1 sampai 7 sering berbelanja menggunakan aplikasi shopee. Menurutny berbelanja di aplikasi shopee harganya murah dan kualitas dari barangnya bagus. Pada dasarnya kegiatan berbelanja yang dilakukan mahasiswa didorong oleh mudahnya penggunaan aplikasi dan adanya promosi yang berikan oleh penjual.

Promosi merupakan serangkaian kegiatan pemasaran perusahaan yang bermuara kepada usaha pencapaian penjualan dan keuntungan perusahaan secara maksimal. Dalam promosi penjualan tersebut terdapat kegiatan-kegiatan antara lain penetapan harga jual produk, perencanaan biaya distribusi dan biaya lain. Volume penjualan merupakan tinggi rendahnya jumlah barang atau jasa yang terjual dalam suatu periode. Setiap perusahaan yang dibangun oleh badan usaha atau perorangan pada umumnya sama yaitu untuk mencari laba yang sebanyak-banyaknya dengan cara meningkatkan volume penjualan pada perusahaan, maka diperlukan berbagai macam kegiatan pemasaran yang salah satunya adalah dengan mengadakan kegiatan promosi bagi produk yang dihasilkan, dengan adanya kegiatan promosi penjualan di setiap perusahaan secara tidak langsung akan membantu bertambahnya volume penjualan pada setiap perusahaan.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan maka diperlukan penelitian dapat menemukan pengaruh dari kualitas aplikasi dan promosi terhadap pembelian barang di situs jual beli online Shopee. Oleh sebab itu dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS APLIKASI DAN PROMOSI TERHADAP PEMBELIAN BARANG DI SITUS JUAL BELI ONLINE SHOPEE PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah konsumen tidak mau mengalami kesulitan untuk berbelanja. Dari permasalahan tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh kualitas aplikasi terhadap pembelian barang di situs jual beli online Shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro?
2. Apakah ada pengaruh promosi terhadap pembelian barang di situs jual beli online Shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro?
3. Apakah ada pengaruh kualitas aplikasi dan promosi terhadap pembelian barang di situs jual beli online Shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dipaparkan dalam latar belakang maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas aplikasi terhadap pembelian barang di situs jual beli online Shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap pembelian barang di situs jual beli online Shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas aplikasi dan promosi terhadap pembelian barang di situs jual beli online Shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, dapat menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas aplikasi dan promosi terhadap pembelian barang di situs jual beli online Shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Bagi mahasiswa, sebagai bahan masukan dalam melihat adanya pengaruh kualitas aplikasi dan promosi dalam mencapai target pembelian barang dan menjadikannya sebagai peluang usaha.
3. Bagi pihak lain, sebagai referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan penelitian pada masa yang akan datang.

E. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar dalam suatu penelitian yang diyakini kebenarannya oleh peneliti. Penelitian ini menyangkut tiga variabel yaitu kualitas aplikasi, promosi dan pembelian barang. Kualitas aplikasi adalah tingkat baik dan buruknya suatu aplikasi. Promosi adalah aktifitas komunikasi yang dilakukan oleh pemilik toko atau jasa yang diberikan kepada masyarakat dengan tujuan untuk memperkenalkan produk dan sekaligus dapat mempengaruhi agar masyarakat tersebut menggunakan jasa atau produk tersebut. Sedangkan pembelian barang adalah suatu usaha untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan. Subjek yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro pada semester 1 - 7 yang berjumlah sebanyak 111 mahasiswa. Untuk mengetahui pengaruh kualitas aplikasi dan promosi terhadap pembelian barang ini dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode angket, wawancara dan dokumentasi. Peneliti memberikan asumsi bahwa kualitas aplikasi dan promosi dapat berpengaruh terhadap pembelian barang di situs jual beli online Shopee.

Mengindari luasnya masalah, maka peneliti perlu batasan masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini. Variabel yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas aplikasi, yang dimaksud adalah kualitas dari aplikasi belanja online Shopee yaitu tentang tingkat baik dan buruknya.
2. Promosi, yang dimaksud adalah promosi yang dilakukan oleh toko yang terdaftar pada aplikasi Shopee.

3. Pembelian barang, yang dimaksud adalah pembelian pada toko yang melakukan jual beli online di Shopee.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari permasalahan yang diteliti, maka peneliti akan membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Objek penelitian : Kualitas aplikasi (X1)
Promosi (X2)
Pembelian barang (Y)
2. Subjek penelitian : Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro pada semester 1 - 7 yang berjumlah sebanyak 111 mahasiswa.
3. Sifat penelitian : Pengaruh
4. Metode : Kuantitatif
5. Lokasi penelitian : Kampus 1 Universitas Muhammadiyah Metro
6. Waktu penelitian : Tahun 2021