

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat internet berperan penting dalam segala aspek. Internet membantu segala aktivitas menjadi lebih efektif dan efisien. Dengan internet kita dapat melakukan berbagai kegiatan dimana dan kapan saja tanpa perlu terbatas waktu dan tempat. Peran internet yang sangat besar mengakibatkan meningkatnya jumlah pengguna internet setiap tahunnya di Indonesia.

Menurut hasil survey terbaru tahun 2018 dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) populasi penduduk Indonesia saat ini mencapai 264,16 juta orang dan dari 64,8% jumlah penduduk atau sekitar 171,17 juta orang menggunakan internet. Survey ini menunjukkan adanya peningkatan lebih dari 10% dari tahun 2017 yang menunjukkan angka 54,68% dari jumlah penduduk Indonesia (sumber : Apjii.co.id diakses Oktober 2019).

Pengguna internet yang semakin meningkat menjadikan internet tidak hanya digunakan dalam aspek informasi dan komunikasi, tetapi juga bermanfaat dalam aspek ekonomi. Dengan hadirnya internet kesempatan konsumen dalam melakukan aktivitas belanja menjadi semakin luas melalui beragam akses terhadap informasi produk dan jasa yang ditawarkan serta meningkatnya kemudahan dalam melakukan transaksi. Trend tersebut berpengaruh pada perilaku transaksi digital di Indonesia. Transaksi digital adalah kegiatan penjualan dan pembelian yang dilakukan dengan perantara alat digital.

Di Indonesia, belanja secara online telah menjadi pilihan banyak pihak untuk memperoleh barang. Pertumbuhan e-commerce yang terus meningkat di Indonesia membuat Tokopedia ikut meramaikan industri ini. Tokopedia merupakan salah satu mall belanja berbasis online yang memungkinkan setiap orang dan pemilik bisnis di Indonesia untuk membuka dan mengurus toko online mereka secara mudah dan bebas biaya, sekaligus memberikan sebuah pengalaman jual beli online aman dan nyaman. Penggunaan Tokopedia sangat mudah dan tidak dipungut biaya. Tokopedia sejatinya tidak mempunyai cabang perusahaan, Ia hanya memiliki kantor pusat yang bertempat di Jakarta (sumber: <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-tokopedia/>)

Kualitas layanan dalam konteks e-commerce semakin dikenal sebagai cara yang efektif untuk mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Zeithaml, 2002). Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Gilbert dkk., 2004)



Gambar 1.1 Proyeksi Pembelian dan Penetrasi Pembeli Digital di Indonesia

(Sumber : databoks.katadata.co.id diakses 10 Oktober 2019)

Penjualan ritel e-commerce Indonesia diperkirakan mencapai US\$ 8,59 miliar atau sekitar Rp 117,7 triliun pada 2018. Jumlah tersebut, menurut data Statista bakal meningkat menjadi US\$ 16,5 miliar pada 2022 atau naik hampir dua kali lipat dari tahun ini.

Sementara pembeli digital Indonesia diperkirakan mencapai 31,6 juta pembeli pada 2018, dengan penetrasi sekitar 11,8% dari total populasi. Jumlah tersebut diproyeksikan akan meningkat menjadi 43,9 juta pembeli pada 2022 dengan penetrasi 15,7% dari jumlah penduduk Indonesia (Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>)

Aktivitas perdagangan dan pembelian digital tersebut didukung pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Besarnya tingkat pembelian digital di Indonesia memperlihatkan tingginya perilaku konsumtif masyarakat sehingga menjadikan

Indonesia sebagai pasar potensial bagi *e-commerce*. Mendefinisikan *electronic commerce* sebagai aktivitas pembelian, penjualan dan pemasaran barang atau jasa yang dilakukan melalui alat elektronik (Jony Wong (2010 : 33).

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore
1  Tokopedia	140.414.500	#2	#2
2  Shopee	90.705.300	#1	#1
3  Bukalapak	89.765.800	#4	#4
4  Lazada	49.620.200	#3	#3
5  Blibli	38.453.000	#6	#6

Gambar 1.2 Pemetaan *e-commerce* di Indonesia

(sumber : <https://iprice.co.id/> diakses 22 September 2019)

Pertumbuhan *e-commerce* dapat dilihat dari data pemetaan *e-commerce* dalam situs iPrice. Data terakhir pada bulan Juli 2019 mengenai jumlah pengunjung terbanyak diduduki Tokopedia: 140.414.500 pengunjung/bulan , Shopee: 90.705.300 pengunjung/bulan, Bukalapak: 89.765.800 pengunjung/bulan disusul Lazada dan Blibli. Meskipun dari segi pengunjung Tokopedia berada di posisi pertama, namun Shopee mampu mempertahankan posisi di ranking pertama sebagai aplikasi belanja *online* paling populer di platform Android dan iOS.

Dilihat dari pemetaan tersebut situs belanja *online* yang cukup populer di Indonesia adalah Tokopedia karena pada kuartal 2 tahun 2019 tokopedia

menjadi marketplace dengan pengunjung terbanyak yaitu 140,414,500 orang per bulannya. (sumber:<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>). Tokopedia merupakan *e commerce* berbasis *mobile marketplace* yang mempertemukan penjual dan pembeli tanpa bertemu langsung. Tokopedia menjadi aplikasi yang mendapatkan respon cukup baik di masyarakat Indonesia.

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini (Blackwell dan Miniard, 1993 : 25)

Perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk keputusan mendahului dan menyusuli tindakan ini (Engel, et al. 1994)

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana tingkatan produk di persepsikan sesuai dengan harapan pembeli, suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen (Kotler, 2005)

Jika e-commerce Tokopedia mampu memberikan pelayanan yang tepat dan sesuai dengan harapan konsumen, maka Tokopedia akan memiliki persepsi baik di mata konsumen. Dalam memberikan pelayanan yang tepat dan sesuai, perusahaan dituntut untuk memahami harapan konsumen serta memberikan pelayanan yang memuaskan. Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka konsumen cenderung membandingkan dengan pelayanan dari perusahaan lain.

Surabaya adalah kota terbesar kedua di Indonesia dan juga sebagai ibu kota Jawa Timur saat ini. Luasnya daerah Surabaya membuat banyaknya populasi didalamnya yaitu terdapat 2,89 juta penduduk didalamnya menurut badan pusat statistik tahun 2019. Surabaya telah menjadi kota metropolitan setelah Jakarta.

Pandemi corona akan membuat pertumbuhan ekonomi global tumbuh negatif tahun ini. Dana Moneter Internasional atau IMF memperingatkan situasinya bakal lebih buruk dari Depresi Besar alias Great Depression pada 1930an. Padahal, baru tiga bulan lalu IMF mengeluarkan perkiraan pertumbuhan pendapatan per kapita yang positif di lebih 160 negara anggotanya. Sekarang, proyeksinya berbalik arah bahkan berdampak ke 170 negara. “Faktanya, kami mengantisipasi kejatuhan ekonomi terburuk sejak Depresi Besar,” kata Ketua IMF Kristalina Georgeiva, seperti dikutip dari BBC, Kamis (9/4) (<https://katadata.co.id>).

Di tengah kekhawatiran masyarakat akan penyebaran wabah virus corona, perusahaan e-commerce Tokopedia menggelar promo bebas ongkos kirim (ongkir) untuk seluruh penggunanya. Pendiri sekaligus CEO Tokopedia, William Tanuwijaya mengatakan bahwa langkah itu diambil agar pengguna dapat memenuhi kebutuhan bahan pokok lewat pembelian di platform e-commerce tersebut, tanpa terbebani dengan ongkir. Belanja online, menurut William, bisa menjadi solusi untuk mengurangi risiko penularan virus corona. Hal tersebut juga sejalan dengan imbauan work from home yang belakangan marak digaungkan pemerintah (<https://infokomputer.grid.id>)

Bahkan ditengah pandemi covid-19 (Virus Corona) saat ini banyak masyarakat yang menggunakan marketplace untuk berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sehingga masyarakat pada saat pandemic covid-19 ini lebih banyak menghabiskan waktu dirumah seperti Surabaya akan menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Covid-19 sendiri merupakan virus baru yang awal muncul di Wuhan, China.

Oleh karena itu Peneliti ingin melihat bagaimana motivasi perilaku konsumen dalam berbelanja di marketplace Tokopedia ditengah Pandemi Corona sat ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bagaimanakah motivasi perilaku konsumen terhadap pembelian di marketplace Tokopedia saat pandemi Covid-19?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, tujuan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan untuk megetahui perilaku konsumen dari segi motivasi dalam berbelanja di marketplace Tokopedia ditengah Pandemi Covid-19.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru mengenai motivasi perilaku konsumen pada saat pandemi Covid-19 saat melakukan belanja online di Tokopedia.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat berguna sebagai referensi dalam melakukan penelitian lebih lanjut yang berhubungan dengan masalah yang ada.