

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan strategi yang bersifat fundamental bagi setiap *Online shop* yang bertujuan untuk meningkatkan laba dan nilai dari perusahaan. Setiap *Online shop* tentunya mempunyai strategi pemasaran yang dirancang guna memenangkan persaingan dalam memenuhi kebutuhan pasar. Pemasaran penawaran produk baru kepada pelanggan, dilakukan untuk menumbuhkan kepercayaan merek pada pelanggan. Sebuah *Online shop* tentunya mempunyai harapan yang bersifat berkelanjutan dalam strategi pemasarannya, yakni jangka panjang dalam memenuhi kebutuhan pasar dan menjadi perusahaan unggulan melalui produk yang ditawarkan tersebut. Untuk unggul dalam memenangkan persaingan pasar, kepercayaan merek suatu *Online shop* pada diri pelanggan haruslah timbul, kepercayaan merek suatu *Online shop* merupakan salah satu harapan dan tujuan sebuah *Online shop* dari kegiatan promosinya, yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas informasi, pengalaman sebelumnya, dan keamanan.

Perkembangan *Online shop* Indonesia semakin hari berkembang semakin pesat, *Online shop* dimana - mana dan menawarkan beberapa komoditi perdagangan. *Online shop* ini bukan hanya menggunakan web *Online shop* dengan *domain* dan *hosting* berbayar namun juga banyak yang menggunakan fasilitas sosial media seperti facebook, twitter, blog gratis seperti blogger.com dan multiply, juga *domain hosting* gratis seperti *domain* dan masih banyak lagi jalur

yang mereka pakai untuk berjualan. *Online shop* Indonesia bukan hanya didominasi oleh pengusaha yang ahli dalam pemasaran di dunia internet, mengerti bahasa pemrograman dan segala hal dalam dunia bisnis *online*. Banyak pemilik *Online shop* Indonesia yang berlatar belakang ibu rumah tangga dan atau mereka yang masih bekerja di kantor, usaha ini dijadikan sebagai bisnis sampingan. Namun bagi yang menjalaninya sebagai bisnis utama dan fokus pada pengembangannya pun tidak kalah banyak. Dengan semakin banyak pemilik toko dan usaha *offline* yang sadar akan kekuatan pemasaran internet untuk pengembangan usahanya, *Online shop* Indonesia pun menjadi semacam *trend* bagi dunia usaha. Bisnis *online* semakin berkembang pesat baik di Indonesia maupun di dunia seiring dengan meningkatnya pengguna internet serta perkembangan globalisasi. Peluang pasar di Indonesia untuk bisnis yang berhubungan dengan *Website* sangat banyak sehingga pemasar perlu menyusun strategi untuk menjual produk atau jasa yang mereka miliki. Transaksi melalui internet banyak diminati karena kebanyakan orang tidak lagi mempunyai banyak waktu untuk pergi berbelanja dan memilih-milih produk ke mall, butik, toko dan tingkat aktivitas masyarakat sekarang ini jauh lebih tinggi. Dengan adanya promosi penjualan melalui internet pelanggan bisa memilih produk-produk yang dibutuhkan kapan saja, dan dimana saja dengan berbagai jenis produk yang ditawarkan pemasar dengan harga jual yang sangat bervariasi dibandingkan jika berbelanja di mall, toko ataupun butik. Pada era globalisasi seperti saat ini internet menjadi media komunikasi yang penting bagi setiap orang.

Pada perkembangan komunikasi pemasaran *internet marketing* merupakan sarana yang sedang marak dibicarakan, dan digunakan di

seluruh daerah. Bahkan perkembangan internet pun dari tahun ke tahun semakin meningkat penggunaannya di seluruh dunia termasuk Indonesia, yang pertumbuhannya meningkat rata-rata 3 juta pengguna pada 10 tahun terakhir. Dengan pertumbuhan tingkat pengguna internet di Indonesia yang selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya, maka layanan belanja secara *online* juga mengalami peningkatan mengikuti tumbuhnya minat belanja secara *online*. Menurut Detikinet.com tren pertumbuhannya di tahun 2010 tergolong cukup signifikan. Bahkan menurut survei *Nielsen Global Online 2007*, menunjukkan 51 persen populasi pengguna Internet pernah berbelanja secara online. “Sebagai salah satu negara berkembang, Indonesia bisa menjadi pasar potensial bagi penjualan lewat internet,” kata Direktur Eksekutif *Client Solutions Nielsen* Indonesia Catherine Eddy dalam keterangan pers “*Nielsen Asia-Pacific Online Shopping Survey*”. Karena itu, ia yakin jumlah pengakses *online shopping* di Indonesia bakal tumbuh secara bertahap (Nielsen Wire: 2010). Karena tuntutan hidup manusia yang serba cepat sekarang ini, khususnya masyarakat di kota-kota besar yang memiliki berbagai kebutuhan dengan keterbatasan waktu berbelanja, *online shopping* telah menjadi salah satu alternatif.

Saat ini banyak toko *online* yang tersedia di Indonesia ada beberapa situs yang mempertemukan para penjual dan pembeli barang. Situs ini tengah *booming*. Sebut saja situs Berniaga.com, Blibli.com, Forumjualbeli.com, hingga Tokobagus.com, yang baru saja berganti nama menjadi OLX.co.id. “Semua pemain situs jual-beli *online* itu teman yang akan mengedukasi masyarakat makin mengakses Internet. Dengan makin banyaknya situs belanja *online* yang

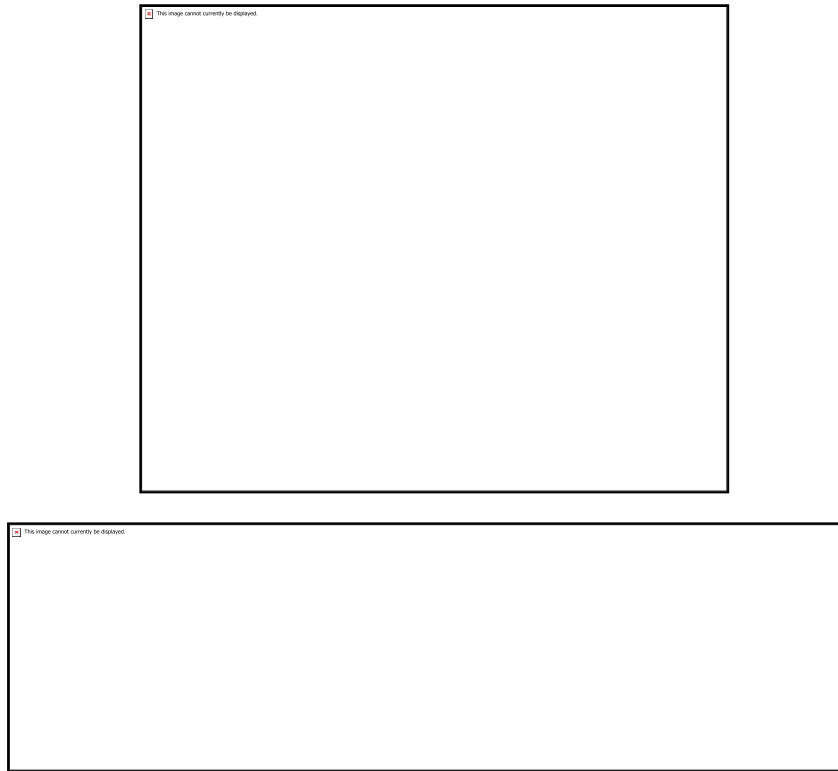
bermunculan, Jawarafutsal.com perlu meningkatkan Kepercayaan Merek demi untuk memenangkan persaingan atau merebut hati para pelanggan untuk berbelanja di Jawarafutsal.com. Selain itu ada forum khusus untuk jual-beli yang diberi nama Forum Jual-Beli Kaskus (FJB Kaskus). FJB kaskus ini sering digunakan oleh pebisnis *online* yang ingin mempromosikan produknya secara *online* dan gratis. Namun kendati demikian Jawarafutsal.com tidak khawatir dengan persaingan dan tetap akan berinovasi.

Jawarafutsal.com adalah *Online shop* yang melayani penjualan perlengkapan olahraga Nike Original, dengan kualitas terjamin dan harga termurah dan juga menjual aksesoris serta *apparel* Nike. Sepatu yang di jual dijamin original, baru dan beserta *box* asli. Cara berbelanja di Jawarafutsal.com ini sangat mudah sama seperti berbelanja di *Online shop* pada umumnya dan bisa juga langsung menghubungi melalui *Blackberry messenger* (BBM) atau nomor telepon yang sudah tertera di *website*, untuk cara pembayarannya sendiri melalui transfer ke rekening bank yang sudah dicantumkan juga di *website* setelah itu pembeli menunjukkan bukti transfer serta memberikan alamat lalu barang akan segera di proses dan dikirim ke tempat tujuan. Untuk jumlah total pengunjung *website* Jawarafutsal.com sendiri terhitung sejak 3 juli 2013 sudah mencapai total 18.180 pengunjung dengan rincian total tampilan halaman 112.274 dan total halaman per kunjungan 6,17 halaman. (www.histats.com)

Jawarafutsal.com baru berdiri sejak 3 juli 2013 artinya Jawarafutsal.com terhitung sebagai pelaku bisnis baru di industri *Online shop* Indonesia. Meskipun terhitung sebagai pelaku bisnis baru di industri *Online shop* Indonesia,

Jawarafutsal.com tidak kalah bersaing untuk mendapat kepercayaan pelanggan dengan *Online shop* sejenis lainnya. Hal tersebut dapat diketahui berdasarkan jumlah testimoni positif yang pada *website* tersebut.

Beralihnya minat masyarakat ke internet tidak terlepas dari daya tarik situs-situs jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter yang semakin berjamur di dunia maya. Data dari Ac Nielsen mencatat pengguna Facebook pada 2009 di Indonesia meningkat hampir 700 persen. Demikian juga pengguna Twitter naik hingga 3.700 persen. Kebanyakan penggunanya adalah mereka yang berusia 15-39 tahun. Penggunaan jejaring sosial yang semakin meningkat dengan signifikan ini menjadi peluang bagi pemasar dalam mendukung program-program pemasaran. Pemanfaatan Facebook ini memudahkan pemasar memahami keinginan dan aspirasi pelanggan atas produk yang dipasarkan (Tatik Suryani, 2013 : 253-256). Artinya Facebook pada saat ini dapat menjadi alternatif pemasar dalam mengetahui tanggapan pelanggan. Berikut gambar 1.1 menunjukkan beberapa tanggapan pelanggan Jawarafutsal.com melalui media sosial Facebook :



Gambar 1.1

Tanggapan pelanggan setelah berbelanja di Jawarafutsal.com

Sumber : (Jawarafutsal.com)

Berdasarkan beberapa testimoni pada gambar 1.1 Jawarafutsal.com yang terhitung sebagai pelaku bisnis baru industri *Online shop* di Indonesia banyak mendapatkan respon positif dari para pelanggan artinya terdapat strategi pemasaran yang membantu menimbulkan rasa percaya pada *website* dengan merek Jawarafutsal.com muncul dalam waktu yang relatif singkat. Kepercayaan merek memiliki peran penting bagi merek, apabila efek dari kepercayaan merek ini tidak dikendalikan dapat mengakibatkan pertimbangan akan tingkat kepentingan kepuasan pelanggan yang berlebihan dalam mengembangkan komitmen

konsumen terhadap produk (Morgan dan Hunt 1994 dalam buku Erna Ferrinadewi 2008 : 148). Sehingga penting bagi pemilik *website* dalam mengembangkan merek Jawarafutsal.com.

Salah satu hal yang harus diperhatikan dalam mengembangkan kepercayaan merek Jawarafutsal.com adalah kualitas informasi. Menurut Syed Shah Alam dan Norajaya Mohd Yasin (2010) kualitas informasi akan meningkatkan pengetahuan dan kesadaran pelanggan serta persepsi mereka tentang merek yang akan mempengaruhi tingkat kepercayaan merek. Dengan adanya kualitas informasi yang baik akan menambah pengetahuan pelanggan, sehingga pelanggan dapat mengidentifikasi perbedaan berbelanja *online* dan berbelanja secara langsung. Jadi kualitas informasi sangatlah penting dalam meningkatkan kepercayaan merek Jawarafutsal.com.

Dalam Industri *Online shop*, pengalaman pelanggan bertransaksi sebelumnya juga perlu diperhatikan dalam meningkatkan kepercayaan merek. Menurut Fernandes dan Santos (2008) pengalaman sebelumnya yang dialami oleh pelanggan yang diakibatkan oleh ketidakpuasan mereka pasca pembelian dapat berpengaruh pada kepercayaan merek, dan persepsinya untuk melakukan suatu perilaku seperti niat untuk melaporkan keluhannya itu kepada perusahaan bersangkutan, membicarakan pengalaman sebelumnya kepada orang lain, atau juga memutuskan untuk beralih ke perusahaan lain yang menawarkan produk sejenis. Sehingga penting bagi pemilik *website* untuk mengetahui pengalaman sebelumnya demi meningkatkan kepercayaan merek Jawarafutsal.com

Seperti halnya dua hal diatas, keamanan juga menjadi hal yang tidak kalah penting dalam meningkatkan kepercayaan merek. Jika transaksi mulai dilakukan melalui melalui saluran internet. Menurut Ali Hasan (2013:800), terdapat dua isu keamanan yang harus diperhatikan oleh pemilik *website*, yaitu keamanan selama transaksi yang dilakukan di *website* dan keamanan data yang dikumpulkan dan disimpan, pelanggan dan pengunjung. Hal tersebutlah yang terjadi Industri *Online shop* di Indonesia, dengan semakin berkembangnya industri ini maka semakin banyak pula tindak kriminal dengan modus *Online shop*. Pelaku kejahatan yang sebagian besar adalah dalam bentuk penipuan ini bukan hanya datang dari pihak penjual namun juga pihak pembeli. Sebenarnya hal ini dapat diatasi dengan meningkatkan kewaspadaan ketika ingin berbelanja *online* bagi pembeli dan bagi penjual lebih berhati – hati dalam menerima calon pembeli. Sehingga disini pemilik *website* juga harus memperhatikan keamanan baik untuk penjual maupun pembeli guna meningkatkan kepercayaan merek Jawarafutsal.com.

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dikemukakan, terciptalah keinginan melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Informasi, Pengalaman Sebelumnya, dan Keamanan Terhadap Kepercayaan Merek Jawarafutsal.com Di Indonesia.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dari permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas informasi, pengalaman sebelumnya dan keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan merek Jawarafutsal.com?
2. Apakah kualitas informasi, pengalaman sebelumnya dan keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan merek Jawarafutsal.com?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan diantaranya:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi, pengalaman sebelumnya dan keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan merek Jawarafutsal.com
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi, pengalaman sebelumnya dan keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan merek Jawarafutsal.com

1.4 Manfaat Penelitian

Penyusunan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi kepada Jawarafutsal.com mengenai respon kepercayaan terhadap merek produk yang ditawarkan atau masih ada peluang untuk memenuhi *market share* produk *Online shop*.

2. Bagi Peneliti lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan referensi bagi penelitian berikutnya yang mengambil topik yang sejenis yaitu Pengaruh Kualitas Informasi, Pengalaman Sebelumnya, dan Keamanan terhadap Kepercayaan Merek sebagai bahan penelitian.

3. Bagi Pembaca

Memberikan informasi dalam bidang pemasaran kepada pembaca kepercayaan terhadap merek toko *online* pada konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor kualitas informasi, pengalaman berbelanja sebelumnya dan keamanan.

4. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Memberikan tambahan ilmu dan wawasan yang luas dalam bidang pemasaran khususnya kualitas informasi, pengalaman sebelumnya dan keamanan terhadap kepercayaan merek *Online shop* khususnya di Jawarafutsal.com.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sebagai pedoman dalam penulisan penelitian ini, maka dibuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai penelitian yang terdiri dari Latar belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian serta teknik analisis data yang digunakan untuk memecahkan masalah.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini diuraikan tentang gambaran umum subyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran