

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri perdagangan elektronik terus berkembang, termasuk di Indonesia. Masing-masing perdagangan elektronik berlomba-lomba dalam berbagai inovasi dan kreatifitas untuk menarik hati para penggunanya. Menurut Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Suhariyanto mengatakan bahwa perdagangan elektronik di Indonesia akan terus tumbuh sekitar 17% dalam 10 tahun terakhir dengan total 26,2juta usaha. Perkembangan perdagangan elektronik di Indonesia sudah ada sejak tahun 1994. perdagangan elektronik pertama di Indonesia adalah Internet Service Provider (ISP) komersial pertama di Indonesia, yaitu Indosat, namun saat ini di tahun 2021 salah satu industri yang paling dikenal oleh masyarakat adalah situs jual beli online Shopee. Shopee adalah situs elektronik komersial yang berkantor pusat di singapura dan dimiliki oleh Sea Limited, situs ini didirikan pada tahun 2009 Oleh Forrest Li. Shopee dibangun pertama kali di negara Singapura pada tahun 2015, dan semenjak itu memperluas jangkauannya ke enam negara yaitu : Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Shopee juga sudah aktif di negara Brazil mulai tahun 2019, dan menjadikan negara pertama di Amerika Selatan dan luar Asia yang dikunjungi Shopee.

Keberadaan perdagangan elektronik shopee banyak dikenal dan telah mengubah gaya hidup manusia di zaman era digital saat ini. Keberadaan perdagangan elektronik saat ini berperan penting bagi kehidupan manusia untuk

menunjang kebutuhan manusia dan memudahkan proses jual beli yang dapat diakses dengan mudah menggunakan smatphone yang tergolong ke dalam kategori perdagangan elektronik. Pada tahun 2019 hingga 2020 Shopee menduduki Top Brand Index pada rangking ke dua, dikarenakan saingan Shopee adalah Lazada, karena pada tahun 2019 hingga 2020 Lazada menggunakan Brand Ambassador BTS yang banyak digemari selain itu keunggulan Lazada juga berfokus pada LazMall, Brand Official, dan Laz Global, namun Shopee dapat menyaingi Lazada karena banyak diskon dan gratis ongkir sehingga saat ini Shopee sebagai situs jual beli nomer satu pada FASE 2 2021 didalam Top Brand Index.

Tabel 1.1

TOP BRAND INDEX FASE 2 2019

BRAND	TBI 2019	
Lazada.co.id	31.6%	TOP
Sopee.co.id	15.6%	TOP
Tokopedia.com	13.4%	TOP
Bukalapak.com	12.7%	
Blibli.com	6.6%	

Tabel 1.2

TOP BRAND INDEX FASE 2 2020

BRAND	TBI 2020	
Lazada.co.id	31.9%	TOP
Sopee.co.id	20.0%	TOP
Tokopedia.com	15.8%	TOP
Bukalapak.com	12.9%	

Blibli.com	8.4%	
------------	------	--

Tabel 1.3

TOP BRAND INDEX FASE 2 2021

BRAND	TBI 2021	
Shopee.co.id	41.8%	TOP
Tokopedia.com	16.7%	TOP
Lazada.co.id	15.2%	TOP
Bukalapak.com	9.5%	
Blibli.com	8.1%	

Sumber : topbrandaward.com

YouGove juga merekomendasikan peringkat brand terbaik pada tahun 2021 di Indonesia dan shopee berada di posisi nomer dua yang paling di rekomendasikan oleh YouGov.

Tabel 1.4 YOUNGOV BRAND INDEX

YOUNGOV RECOMMENDED RANGKINGS 2021 IN INDONESIA

YOUNGOV RECOMMENDED RANGKINGS 2021 IN INDONESIA		
Rank	Brand Name	Score
1	Garuda Indonesia	89.9
2	Shopee	89.4
3	Samsung	87.5
4	Apple	87.5
5	YOU-C1000	87.3
6	Tokopedia	86.6
7	Adidas	86.6
8	Nike	86.5

9	Alianz	86.3
10	Neftlix	85.7

Sumber : id.yougov.com

Shopee saat ini belum menerapkan keanggotaan berbayar pada penjual di platformnya. Perusahaan ini menggunakan empat jenis monetisasi, yakni dengan fitur Iklanku, Shopee Mall, Jasa Pengiriman, dan Produk digital.

Tabel 1.5

PERBANDINGAN JUMLAH KANAL MONETISASI PEMASUKAN
PERUSAHAAN E-COMMERCE DI INDONESIA

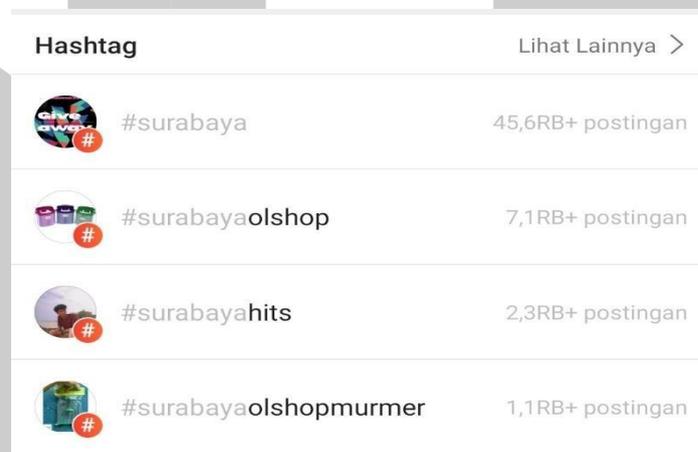
Keterangan	Tokopedia	Bukalapak	Shopee	Lazada	Blibi
Keanggotaan Berbayar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-	-	-
Produk Bersponsor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
Toko Resmi	<input type="checkbox"/>				
Jasa Pembuatan Konten	-	-	-	<input type="checkbox"/>	-
Workshop Berbayar	-	-	-	<input type="checkbox"/>	-
Jasa Pengiriman	-	-	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Produk Digital	<input type="checkbox"/>				

sumber : i-price.co.id

Masyarakat sangat familiar dengan Aplikasi shopee saat ini, karena di populerkan dimedia sosial seperti Tiktok dan Instagram. Bahkan saat ini shopee memiliki sebutan “Racun Shopee” terutama kaum wanita, karena platform shopee merupakan perdagangan terlengkap dan termurah di Asia terutama di Indonesia. Sehingga banyak masyarakat yang suka belanja online di platform shopee. Banyak

pembeli dan penjual ingin menggunakan platform shopee didalam transaksi jual beli karena shopee sudah terkenal diberbagai masyarakat Indonesia.

Peneliti bermaksud meneliti pengguna platform shopee di Kota Surabaya, dilihat dari hastag di shopee pada 12 November 2021 yang berjumlah 45,6RB hastag maka besar kemungkinan masyarakat Kota Surabaya banyak mempunyai akun Shopee, dikarenakan peneliti menemukan banyak pengguna shopee di Kota Surabaya.



Sumber : Shopee.co.id

Gambar 1.1

HASTAG SHOPEE

Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti penggunaan shopee di wilayah Kota Surabaya. Selain itu, yang menjadi keterbaruan riset yaitu sepengetahuan peneliti, belum ada penelitian serupa di lakukan di wilayah Kota Surabaya.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kepercayaan perdagangan sosial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan perdagangan elektronik pengguna Shopee di Surabaya?
2. Apakah kepuasan perdagangan elektronik berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku pembelian pengguna Shopee di Surabaya?
3. Apakah kepercayaan perdagangan sosial berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku pembelian?
4. Apakah kepercayaan perdagangan sosial berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku pembelian dengan dimediasi kepuasan perdagangan elektronik bagi pengguna Shopee di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis kepercayaan perdagangan sosial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan perdagangan elektronik pengguna Shopee di Surabaya.
2. Menganalisis kepuasan perdagangan elektronik berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku pembelian pengguna Shopee di Surabaya.
3. Menganalisis kepercayaan perdagangan sosial berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku pembelian
4. Menganalisis kepercayaan perdagangan sosial berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku pembelian dengan dimediasi kepuasan perdagangan elektronik bagi pengguna Shopee di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang ada maka dapat disimpulkan bahwa manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi Peneliti
 - a) Dapat mengetahui perbedaan pengguna platform shopee di Surabaya
 - b) Diharapkan dapat menambah wawasan
2. Bagi Masyarakat

Mempunyai gambaran mengenai pengaruh kepercayaan perdagangan sosial terhadap perilaku pembelian dimediasi oleh kepuasan perdagangan elektronik bagi pengguna Shopee di Surabaya.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan menjadi sumber referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya
4. Bagi Perusahaan

Diharapkan menjadi acuan dalam pengembangan

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah untuk memberikan gambaran secara jelas tentang apa yang menjadi isi dari penulisan ini maka dikemukakan susunan dan rangkaian masing-masing bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang yang menjadi alasan pemilihan judul, identifikasi masalah, tujuan melakukan penelitian, manfaat dari penelitian yang akan dilakukan, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dibahas teori-teori umum dan teori-teori khusus yang merupakan pendapat para ahli teori tersebut dapat digunakan memberikan pemahaman yang jelas dan analisa yang lebih mendalam pada penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, variabel-variabel yang digunakan, teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dijelaskan hasil penelitian, dan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya.

BAB V : PENUTUPAN

Bab ini akan disimpulkan hasil penelitian dan saran-saran kepada pihak terkait