

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kata “manajemen” sering di artikan sebagai sebuah proses rangkaian kegiatan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan (*controlling*) yang dilakukan untuk mencapai tujuan atau target yang telah ditentukan sebelumnya, di dalam suatu perusahaan manajemen mempunyai arti penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Berikut pengertian manajemen pemasaran menurut beberapa ahli.

Menurut Kotler dan Amstrong (Priansa, 2017:4) menjelaskan manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan. “*Marketing Manajement is the planning, direction and control of the entire marketing activity of a firm or division of a firm* (Shultz dalam Manap, 2016:79)”.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan manajemen pemasaran ialah alat analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yaitu menciptakan, membangun, mengendalikan, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan sasaran pasar dalam rangka menyampaikan produk dan mencapai tujuan utama perusahaan dari pihak produsen ke konsumen yaitu memperoleh laba.

Di era ini masyarakat cenderung memanfaatkan teknologi untuk menunjang kebutuhannya, dari mulai mendapatkan banyak informasi, berkomunikasi tanpa batas, bahkan berbelanja melalui internet atau *shopping online*. Terlebih dengan adanya aplikasi belanja *online*, berbagai macam barang dapat kita lihat dan bisa kita beli menggunakan internet. Dari mulai makanan, minuman, tas, baju, sepatu, kosmetik, aksesoris, *smartphone*, bahkan barang-barang berat seperti lemari, kulkas, televisi dan lain lain

Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak di bidang jual beli secara *online* dan dapat diakses dengan mudah menggunakan *smartphone*. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara *online* tanpa harus ribet menggunakan perangkat komputer. Cukup dengan menggunakan *smartphone*, Shopee menawarkan berbagai macam produk, mulai dari produk *fashion*, elektronik hingga produk untuk kebutuhan sehari-hari.

Shopee merupakan salah satu situ jual beli *online* yang menduduki peringkat kedua berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Ginee Indonesia. Berikut data situs belanja *online* yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia oleh Ginee Indonesia pada tahun 2021:



Sumber: Ginee Indonesia 2021

**Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Aktif E-Commerce**

Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa Shopee berada di urutan ke 2 dengan jumlah pengguna aktif terbanyak pada *e-commerce* di Indonesia dengan jumlah 127,4m pengguna.

Dalam penelitian ini, data menunjukkan bahwa banyaknya toko *online* di *e-commerce* dalam program bisnis online salah satunya yaitu Shopee. Shopee merupakan perusahaan *start up* asal Singapura yang mulai masuk ke Indonesia sejak desember 2015 lalu. Shopee juga sebagai sarana jual beli *online* yang menyediakan berbagai produk seperti perlengkapan olahraga, alat fotografi, alat kecantikan, *fashion*, otomotif, perlengkapan rumah, vitamin, makanan dan minuman. Shopee juga hadir dalam bentuk aplikasi *mobile phone* untuk memudahkan pengguna dalam melakukan belanja online langsung di ponselnya saja tanpa harus melalui perangkat komputer. Shopee memfasilitasi penjual untuk

berjualan dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman.

Aplikasi Shopee digunakan oleh masyarakat Indonesia karena mudah digunakan. Mulai dari memilih produk, melihat produk dengan harga yang sudah tercantum, banyak promo, diskon, gratis ongkir (ongkos kirim), sistem pembayaran dengan banyak opsi, dan lain sebagainya. Di Shopee terdapat 26 kategori barang, mulai dari pakaian, smartphone, tas, aksesoris, makeup, peralatan bayi, peralatan olahraga, peralatan rumah, makanan, minuman, kendaraan, pulsa, ataupun tiket travel juga tersedia.

Dalam melakukan pembelian, konsumen memiliki beberapa pertimbangan sebelum memutuskan untuk membeli produk. Contoh dari pertimbangan-pertimbangan tersebut diantaranya harga dan ulasan produk. Di aplikasi Shopee konsumen dapat melihat harga produk yang dicari. Harga produk dapat diurutkan dari mulai yang termurah hingga termahal. Hal ini memudahkan konsumen untuk mencari produk dengan harga sesuai dengan keinginannya.

Sebelum membeli produk, konsumen akan melihat ulasan produk yang telah diberikan oleh pembeli sebelumnya. Penilaian pelanggan kerap dijadikan bahan pertimbangan untuk melakukan keputusan pembelian di *marketplace*. Menurut (Collins, 2018) ulasan produk adalah sebuah laporan di sebuah media dimana seseorang memberi opini atas jasa atau produk yang dibeli. Ulasan dari seorang pelanggan berarti memiliki makna opini dari seseorang yang telah menerima pelayanan atau produk dari kegiatan transaksi. Dari ulasan produk kita dapat

melihat penilaian konsumen yang sudah pernah membeli produk tersebut baik positif maupun negatif. Hal ini sangat membantu para konsumen yang ingin membeli produk dengan melihat ulasan-ulasan dari pembeli sebelumnya terlebih dahulu. Ada beberapa kasus bahwa produk yang ditayangkan dan diterima konsumen tidak sesuai atau bahkan buruk. Hal tersebut dapat mengurangi tingkat kepuasan konsumen dan konsumen enggan berbelanja di toko online tersebut di kemudian hari.

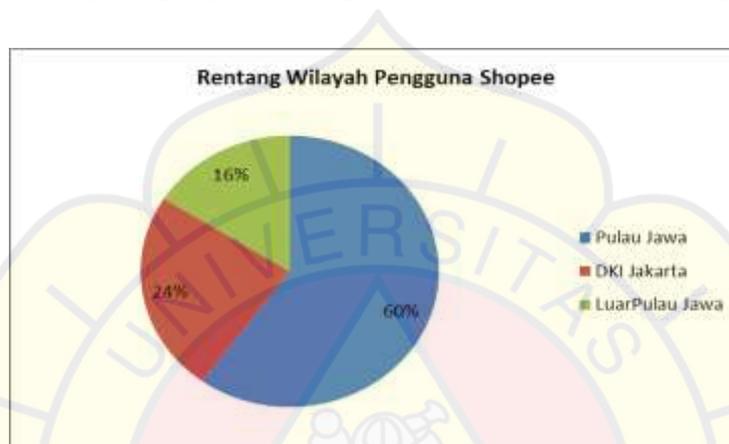
Dalam enam bulan terakhir, survei Jakpat menunjukkan, pengguna Shopee terdiri atas 54% Wanita dan 46% pria. Dilihat dari usia, pangsa terbesar Shopee adalah pengguna yang berumur 20-24 tahun (24%). Di bawahnya ada pengguna dengan usia 25-29 tahun (23%), 30-34 tahun (19%), 35-39 (17%). Disusul oleh pengguna berusia 40-44 tahun (10%), dan 15-19 tahun (7%). Berikut diagram rentang usia pengguna Shopee pada gambar 1.2.



Sumber : Riset dari Jajak Pendapat *Special Report* Edisi Semester I-2021

**Gambar 1.2 Rentang Usia Pengguna Shopee**

Berdasarkan wilayahnya, pengguna Shopee masih didominasi oleh masyarakat yang berada di Pulau Jawa (60%). DKI Jakarta (24%) dan luar Pulau Jawa (16%). Adapun berdasarkan kelompok ekonominya, pengguna Shopee kebanyakan berasal dari kelompok menengah (59%), menengah ke atas (34%), dan menengah ke bawah (7%). Berikut diagram pengguna Shopee berdasarkan wilayahnya pada gambar 1.3.



Sumber : Riset dari Jajak Pendapat *Special Report* edisi semester I-2021

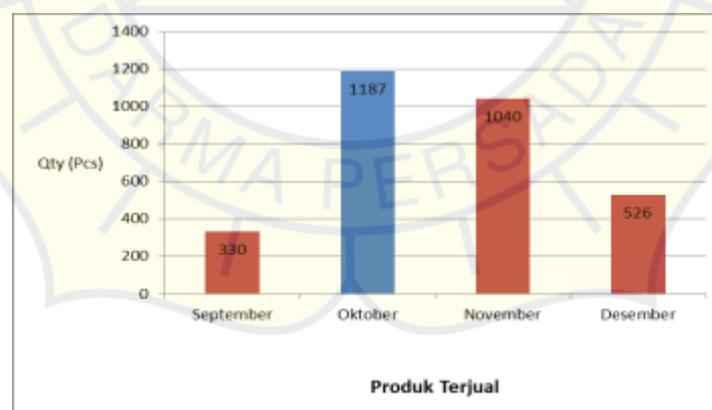
**Gambar 1.3 Rentang Wilayah Pengguna Shopee**

Menurut Riset dari Jajak Pendapat *Special Report* edisi semester I-2021 menyebutkan sepanjang semester I-2021, *fashion* dan produk kecantikan, terutama pakaian dan *skincare* telah dibeli oleh sebanyak 50% pengguna Shopee. Selama pandemi Covid-19, alat kesehatan seperti masker juga menjadi barang populer di Shopee. Survei ini mengelompokkan tiga kategori produk yang paling laris dibeli di Shopee. Ketiganya adalah *fashion* dan aksesoris (62%), produk perawatan dan kecantikan (53%), dan produk kebersihan dan kesehatan (37%).

Selain itu, *e-commerce* yang populer di antara pengguna Shopee adalah Tokopedia (54%), Lazada (29%), Bukapalack (19%), Blibli (11%), JD.ID (11%). Ini

artinya, 54% dari pengguna Shopee juga melakukan transaksi di Tokopedia dalam periode yang sama. Secara demografis, Tokopedia *popular* di antara pengguna Shopee dari semua segmen. Terutama oleh pengguna yang berasal dari kelompok menengah ke atas yang berusia berkisar 30-34 tahun serta berasal dari Jakarta.

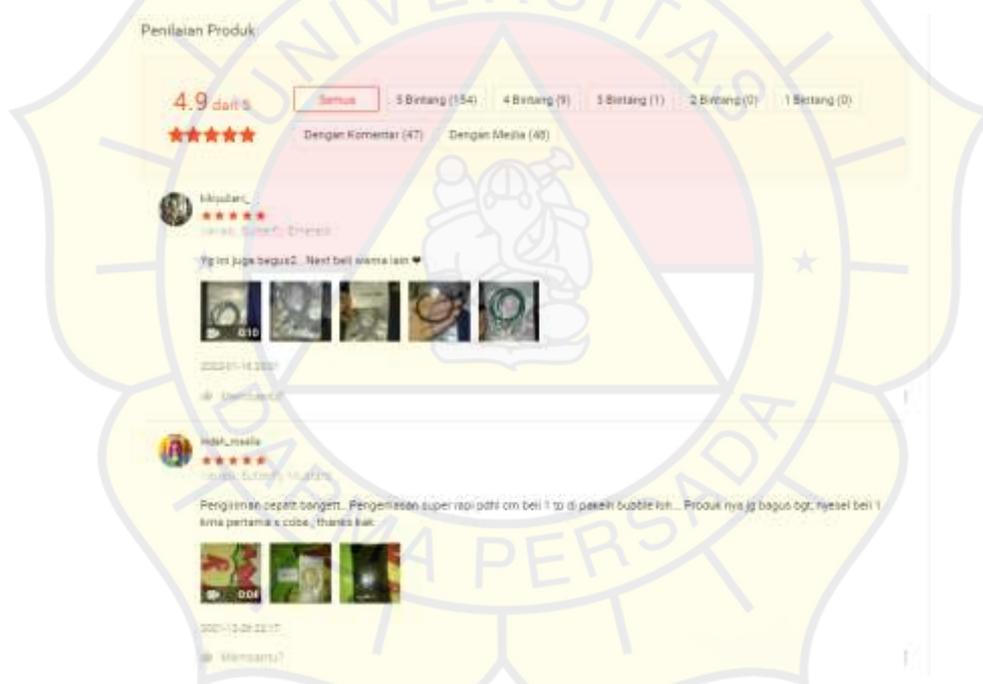
Dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk meneliti salah satu *brand* aksesoris wanita yang melakukan transaksi jual beli *online* melalui Shopee yaitu Bertali.co atau biasa disebut Bertali. Bertali bergerak di bidang penjualan aksesoris wanita terutama aksesoris masker seperti konektor masker dan tali masker yang belakangan ini menjadi *trend fashion* baru sejak Covid-19 menyerang seluruh dunia dan mengharuskan semua orang untuk menggunakan masker. Bertali.co hadir untuk mengatasi beberapa masalah berkaitan dengan aksesoris masker untuk memudahkan semua orang khususnya wanita saat menggunakan masker agar lebih mudah, praktis dan nyaman digunakan sehari-hari.



Sumber: Data Penjualan Bertali.co di Shopee

**Gambar 1.4 Data Penjualan Bertali.co September, Oktober, November dan Desember 2021**

Gambar di atas menunjukkan penjualan Bertali.co dalam 4 bulan terakhir yaitu September, Oktober, November dan Desember yang mengalami fluktuasi. Pada September 330 pcs produk terjual. Dari tabel diatas pada bulan ini menunjukkan penjualan terendah jika dibandingkan bulan-bulan berikutnya. Oktober 2021 mengalami kenaikan yang sangat signifikan sebanyak 1.187 pcs produk terjual dibandingkan bulan sebelumnya terjual 330 pcs. Namun terjadi penurunan menjadi 1.040 pcs pada bulan November. Selanjutnya terjadi penurunan kembali pada bulan Desember 2021 menjadi 526 pcs produk yang terjual.



Sumber: Ulasan Produk Bertali.co di Shopee

### Gambar 1.5 Ulasan Produk Bertali di Shopee

Gambar 1.5 menunjukkan Bertali mendapatkan ulasan dari pembeli untuk salah satu produk Bertali dengan rating 4.9/5.0. Hal ini menunjukkan 98% konsumen puas setelah membeli produk bertali ditunjukkan dengan ulasan yang

diberikan. 154 orang memberikan bintang 5, 4 orang memberikan bintang 4, 1 orang memberikan bintang 3 dan tidak ada yang memberikan penilaian dibawah bintang 3. Gambar 1.5 ini menunjukkan penilaian dari salah produk Bertali di Shopee, namun produk lainnya juga menunjukkan hal yang sama, hal ini dijelaskan pada gambar 1.6 dibawah ini:



Sumber: Ulasan Toko Bertali.co di Shopee

### **Gambar 1.6 Ulasan Toko Bertali di Shopee**

Gambar 1.6 menunjukkan ulasan toko Bertali di Shopee mendapatkan penilain dari pembeli dengan rating 4.9/5.0 dari total penilaian sebanyak 1.900 penilaian. Hal ini menunjukkan 98% konsumen puas setelah membeli produk bertali dibuktikan dengan ulasan yang diberikan.



Sumber: Shopee Indonesia

**Gambar 1.7 Perbandingan Tingkat Harga Bertali di Shopee**

Gambar 1.7 menunjukkan perbandingan harga jual produk Bertali dengan produk lain. Dari segi harga, Bertali menawarkan harga jual yang terjangkau dan dapat bersaing dengan produk lain yang serupa. Mengingat saat ini penggunaan masker diwajibkan oleh pemerintah, maka kebutuhan akan aksesoris masker terus

meningkat, begitu juga sebaliknya semakin banyak permintaan semakin banyak pula penawarannya. Di Shopee tersedia banyak pilihan toko yang memudahkan konsumen untuk membandingkan produk yang dibutuhkan salah satunya dari segi harga. Selain itu, harga juga menjadi salah satu pertimbangan seseorang untuk memutuskan membeli suatu produk.

Dilihat dari fenomena yang sedang terjadi semua orang masih diwajibkan menggunakan masker dan kegiatan diluar rumah sudah mulai normal kembali fasilitas umum mulai dibuka kembali seperti sekolah, tempat hiburan dan sebagainya, seharusnya kebutuhan akan konektor dan strap masker meningkat namun pada November dan Desember penjualan Bertali menurun.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka peneliti ingin memahami “PENGARUH ULASAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BERTALI.CO PADA *E-COMMERCE* SHOPEE”.

## **1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan dan Perumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Masa pandemi yang mendorong semua orang untuk belanja online
2. Maraknya produk kesehatan yang dijual seperti masker

3. Terjadinya penurunan penjualan produk Bertali di akhir tahun pada bulan November dan Desember
4. Harga jual Bertali kompetitif dibandingkan dengan produk lain yang serupa
5. Ulasan produk positif namun terjadi penurunan penjualan

### **1.2.2 Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dalam penelitian ini penulis hanya membatasi masalah tentang :

1. Pengaruh ulasan produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Bertali
2. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Bertali yang membeli di *e-commerce* Shopee

### **1.2.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah berikut :

1. Bagaimana gambaran variabel ulasan produk, variabel harga dan variabel keputusan pembelian produk Bertali?
2. Bagaimana pengaruh ulasan produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Bertali?
3. Bagaimana pengaruh ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk Bertali?

4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Bertali?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui gambaran variabel ulasan produk, variabel harga dan variabel keputusan pembelian produk Bertali
2. Untuk mengetahui pengaruh ulasan produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Bertali
3. Untuk mengetahui pengaruh ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk Bertali
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Bertali

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai sambungan pemikiran bagi dunia pendidikan mengenai ulasan produk, harga dan keputusan pembelian. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sambungan pemikiran bagi pihak yang mempunyai permasalahan yang sama.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menambah perbendaharaan keputusan khususnya dalam bidang ilmu Manajemen Pemasaran serta dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

## 2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan solusi terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan ulasan produk dan harga terhadap keputusan pembelian bagi perusahaan dan sebagai bahan masukan bagi pengambil keputusan guna menentukan kebijaksanaan perusahaan.

