

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai salah satu negara yang juga mengalami pandemi Covid 19 sejak awal Maret 2020. Covid 19 memiliki dampak yang cukup besar di seluruh sektor kehidupan seperti sektor pariwisata, sektor pangan, terutama sektor ekonomi. Dampak yang disebabkan oleh Covid 19 dalam sektor ekonomi adalah sebagian para pengusaha harus menutup toko jualannya karena Covid-19, sehingga masyarakat sulit memenuhi kebutuhan hidupnya. Larangan untuk keluar rumah membuat ruang gerak masyarakat menjadi sangat terbatas. Padahal justru pada saat seperti ini kebutuhan hidup menjadi semakin bertambah. Kondisi tersebut membuat sebagian masyarakat mulai beralih untuk melakukan belanja secara online, selain karena tidak keluar rumah sekarang banyak kebutuhan hidup yang dapat dibeli secara online.

Seiring perkembangan teknologi, gaya hidup masyarakat cenderung semakin serba instan karena mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam kegiatan sehari-harinya. Hal tersebut diikuti dengan adanya berbagai perusahaan penyedia layanan produk dan jasa yang hadir untuk membantu kebutuhan masyarakat. Setiap perusahaan menawarkan keunggulan kepada konsumen supaya perusahaan tetap dapat bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif. Semakin menarik, mudah, dan menguntungkan sistem penjualan bagi konsumen, maka keuntungan bagi perusahaan semakin besar. *Ecommerce* menurut Kotler & Armstrong (2012) adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer

yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa. Perdagangan elektronik atau yang disebut juga *ecommerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pengertian *ecommerce* adalah menggunakan internet dan komputer dengan browser web untuk mengenalkan, menawarkan, membeli dan menjual produk (Iprice, 2018).

Shopee adalah situs elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura yang dimiliki oleh Sea Limited (sebelumnya dikenal dengan nama Garena), yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015 dan sejak itu semakin memperluas jangkauannya Sampai Indonesia. Shopee menjadi *ecommerce* yang paling disukai oleh konsumen, karena fitur-fitur yang dihadirkan oleh shopee lebih interaktif dan tema yang selalu berbeda tiap momen. Kehadiran shopee kini menjadi konsumen lebih suka berbelanja online untuk memenuhi kebutuhan hidup sehingga membuat konsumen dapat lebih mudah membeli barang yang dibutuhkan.

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore
1  Shopee	71533300	#1	#1
2  Tokopedia	69800000	#2	#3
3  Bukalapak	37633300	#4	#4
4  Lazada	24400000	#3	#2
5  Bibli	17600000	#5	#5

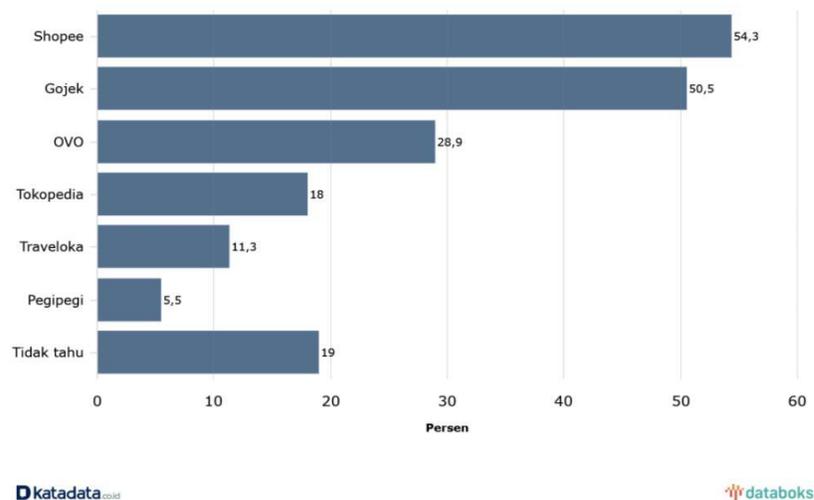
Gambar 1. 1 Data Marketplace di Indonesia Dengan Pengunjung Paling Banyak 2020

Sumber: (Iprice, 2020)

Saat ini di Indonesia sudah terdapat 5 *ecommerce*, Shopee menempati urutan pertama *ecommerce* dengan pengunjung paling banyak di Indonesia. Shopee kini menjadi *marketplace* yang paling banyak dikunjungi dengan total jumlah pengunjung aktif bulanan terbanyak. Hal ini disebabkan karena banyaknya *campaign* yang dilakukan shopee sepanjang tahun seperti diskon, *cash back*, dan *free delivery* tanpa minimum belanja sehingga Shopee sangat memudahkan konsumennya untuk berbelanja, Kemudahan penggunaan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli online konsumen pada situs belanja toko online Shopee pada mahasiswa (Taan, 2021). Di shopee terdapat fitur tambahan yang komplemen dengan kebutuhan berbelanja konsumennya seperti Shopee *PayLater*. Hal ini sangat memudahkan konsumennya untuk membeli barang yang diinginkan tetapi konsumen dapat membayarnya bulan depan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kemudahan, faktor keamanan, faktor kepercayaan, faktor harga dan pengalaman berbelanja dapat menarik minat beli konsumen untuk melakukan pembelian disitus jual beli online Shopee (Achsa & Dewi, 2021). Di masa Pandemi Covid 19 sebagian besar konsumen cenderung memilih belanja online menggunakan *marketplace* Shopee. (Afrianto & Irwansyah, 2021)

Saat ini terjadi tingkat persaingan dalam penjualan yang sangat tinggi, keberadaan Shopee memudahkan konsumen untuk mencari suatu barang atau produk yang ingin dibeli dimanapun mereka berada. Untuk menarik konsumen, Shopee sering memberikan potongan harga atau lebih dikenal dengan harga diskon, (Yin dan Huang, 2019). Ada beberapa bentuk diskon yang dikemukakan oleh Kotler yaitu diskon tunai, diskon kuantitas, diskon musiman, dan diskon fungsional (diskon perdagangan). Menurut Cahyono & Indrarini Rachma (2021), diskon juga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada *marketplace* Shopee. Diskon yang diberikan oleh Shopee berpengaruh secara parsial antara diskon pada keputusan pembelian produk melalui website atau aplikasi Shopee (Ardiansyah & Nurdin, 2020).

Teknologi finansial dapat mendukung dan memudahkan kebutuhan pembayaran maupun pembelian secara online. Tidak hanya di bidang pembayaran, teknologi finansial sendiri juga bergerak di bidang peminjaman (*lending*), pembiayaan (*crowdfunding*), perencanaan keuangan, investasi, riset keuangan, dan lain – lain, Ada beberapa fitur *PayLater* yang di tawarkan oleh beberapa aplikasi seperti Gopay Later, Kredivo, Aku Laku dan lainnya yang bisa digunakan dalam transaksi di *ecommerce*. Shopee *PayLater* merupakan produk layanan pinjaman yang disediakan oleh pihak penyelenggara pinjaman yaitu PT. Lentera Dana Nusantara dan perusahaan pembiayaan PT. Commerce Finance. Ada beberapa syarat yang harus dilakukan oleh pengguna shopee untuk dapat menggunakan Shopee *PayLater*, antara lain seperti akun Shopee harus terdaftar dan terverifikasi. akun Shopee sudah tiga bulan pemakaian. akun Shopee sering digunakan untuk bertransaksi, serta telah mengupdate aplikasi Shopee terbaru. Shopee juga menerapkan sistem pinjaman berjenjang sesuai dengan seberapa sering pengguna Shopee melakukan transaksi. Semakin sering bertransaksi maka pinjaman yang diberikan akan semakin besar.



Gambar 1.2 Data pengguna fitur paylater dari berbagai aplikasi

Sumber :DailySocial.id, 22 Desember 2020

Shopee *paylater* makin diminati konsumen semenjak pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil survey DailySocial dalam riset DailySocial, menunjukkan hasil bahwa responden paling banyak menggunakan fitur *PayLater*. Hal ini terjadi karena Shopee *PayLater* menggunakan sistem pembayaran dicicil dengan masa waktu yang fleksibel, bisa di cicil dalam waktu 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan dengan bunga yang rendah yaitu 2,95% dengan jangka waktu paling lama 1 tahun. Menurut Dewi (2020) menyatakan bahwa berapapun harga barang yang dibeli, factor nilai harga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan fitur *PayLater*. Layanan fitur *PayLater* telah diatur pada pasal 1 angka (3) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 77/POJK.1/2016 tentang layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi yang menyatakan bahwa layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi adalah penyelenggaraan layanan jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman dalam rangka melakukan perjanjian pinjam meminjam dalam mata uang rupiah secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet (Fuadi, 2019). Banyaknya orang yang menggunakan pinjaman online sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online (Putri & Iriani, 2020).

Pemberlakuan *work from home* turut memiliki dampak pada minat beli secara online. Tren minat secara online biasanya dilakukan oleh kalangan muda, golongan mereka inilah yang banyak menggunakan fasilitas online untuk memenuhi kebutuhannya meskipun tidak sedang dalam kondisi Covid-19. Selain karena kebutuhan, minat berbelanja secara online juga dipengaruhi oleh beberapa factor diantaranya adalah harga, kemudahan dalam bertransaksi, dan kepercayaan terhadap minat beli secara online. Harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi pembelian secara online. Semakin terjangkau harga suatu barang maka akan semakin tinggi minat beli konsumen,

Pada umumnya harga produk yang ditawarkan secara online lebih murah daripada harga produk yang ditawarkan secara offline. Faktor lain yang mempengaruhi minat beli secara online yaitu kemudahan dalam bertransaksi. Pengguna internet dalam kehidupan sehari-hari bagi sebagian orang sangat memudahkan dalam beraktivitas, tidak terkecuali dalam transaksi pembelian online. Kemudahan transaksi ini dapat dirasakan ketika ingin berbelanja online, karena pembeli cukup tersambung dengan koneksi internet maka pembeli dimanapun dan kapanpun dapat melakukan pembelian secara online. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Salah satu masalah transaksi online di Indonesia yaitu sulitnya membentuk kepercayaan konsumen. Hal ini dikarenakan ketika melakukan transaksi online, pembeli tidak bertemu secara langsung dengan penjual untuk melihat seperti apa produk yang hendak dibeli. Selain itu terdapat juga masalah keuangan seperti pencairan dana ke rekening penjual yang terhutang cukup lama. Beberapa masalah transaksi online tersebut kemudian akan berpengaruh terhadap minat beli secara online.

Diskon dan sistem Cicilan Pembayaran Shopee *PayLater* ini membuat pengguna lebih mudah untuk memperoleh barang yang diinginkan karena adanya keringanan baik dari segi bunga, harga dan cara memperoleh barang yang diinginkan. Diskon yang diberikan *marketplace* Shopee dan Fitur Cicilan Pembayaran dari Shopee *PayLater* membuat pembeli dapat membeli barang yang diinginkan dengan harga yang lebih murah dan dapat dicicil sesuai dengan kemampuan pembeli. Latar belakang menggunakan *PayLater* sebagai opsi pembayaran transaksi berbelanja online ialah karena desakan finansial. Alasan ini dikarenakan faktor ekonomi yang mengharuskan informan beralih ke pembayaran *PayLater* sehingga membantu untuk memenuhi kebutuhannya (Hardhika & Huda, 2021). Banyak yang mengalami desakan finansial dimasa pandemi Covid-19 sehingga memutuskan untuk menggunakan shopee

*PayLater* dan diskon yang tentunya membantu dalam keringanan harga (Achsa & Dewi, 2021). Menurut Pratama & Yoedtadi (2021), diskon Shopee Super Shopping berpengaruh besar terhadap minat beli pengguna aplikasi Shopee sehingga minat beli *marketplace* Shopee akan meningkat.

Diskon selalu menjadi daya tarik konsumen dalam memutuskan membeli dan kemudahan pembayaran dengan adanya fitur cicilan dari Shopee *PayLater* akan membuat konsumen lebih tertarik berbelanja pada *marketplace* Shopee, tentunya hal tersebut akan meningkatkan minat beli pada *marketplace* Shopee. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan dari Diskon dan Shopee *PayLater* terhadap Minat Beli khususnya di daerah Tangerang Selatan saat masa Covid-19 karena banyaknya tempat berbelanja yang tutup dan Covid-19 cukup berpengaruh terhadap ekonomi atau pendapatan masyarakat. Maka dari itu penulis mengangkat masalah ini menjadi skripsi dengan judul “ Pengaruh Diskon dan *PayLater* Terhadap Minat Beli di Masa Covid 19”

## 1.2 Rumusan Masalah

Menurut uraian latar belakang diatas, maka yang akan menjadi permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh diskon terhadap minat beli di *marketplace* shopee di Masa Pandemi Covid 19?
2. Apakah terdapat *paylater* terhadap minat beli di *marketplace* shopee di Masa Pandemi Covid 19?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui serta menganalisa:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh diskon terhadap minat beli pada *marketplace* shopee di masa pandemi Covid 19.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *paylater* terhadap minat beli pada *marketplace* shopee di masa pandemi Covid 19.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Teoritis

Hasil penelitian ini sangat diharapkan dapat memberikan tambahan referensi kepada rekan-rekan dalam menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih, serta yang ingin mempelajari lebih dalam mengenai pengaruh diskon dan *paylater* terhadap minat beli, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Humaniora dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan.

### 1.4.2 Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau saran bagi *marketplace* Shopee, yang bermaksud untuk meningkatkan diskon dan *Paylater* untuk meningkatkan minat beli. Penelitian ini memiliki beberapa manfaat yang akan diperoleh baik dari peneliti itu sendiri maupun pihak yang diteliti, antara lain:

**1. Bagi Penulisan**

Sebagai tempat untuk mengasah dan memperdalam ilmu pengetahuan yang telah didapat selama melaksanakan perkuliahan.

**2. Bagi Universitas**

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan, khususnya bagi manajemen pemasaran serta menjadi bahan bacaan di perpustakaan Universitas dan dapat memberikan referensi bagi mahasiswa lain.

**3. Bagi Pihak Lain**

Sebagai bahan acuan bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian selanjutnya dalam hal dan bidang yang sama.

