

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era digitalisasi pada saat ini teknologi dan informasi berkembang pesat, sehingga menghasilkan sebuah cabang bisnis baru untuk para wirausahawan seperti yang biasa kita sebut "*Online Shopping*" atau dalam bahasa Indonesia nya yaitu "*belanja online*" dengan memadukan kreativitas dan teknologi maka lahirlah cabang bisnis baru yang bisa diakses dimanapun dan kapan pun. Dengan bantuan teknologi dan informasi di dunia bisnis pun banyak yang mengalami perkembangan sehingga mendorong pendapatan negara-negara yang ada dan infrastruktur.

Hal ini membuat para wirausahawan lebih kritis, kreatif dan inovatif dalam menghadapi persaingan baik di bidang sosial, ekonomi, budaya dan politik. Dengan perkembangan zaman ini ada banyak bisnis yang berkembang, *E-Commerce* adalah salah satunya, ini adalah lahan emas bagi sebagian orang yang ingin terjun dalam bisnis *Online*, dahulu jika ingin melakukan belanja harus mengantri panjang, berdesak-desakan dan saling berebut untuk mendapatkan barang yang diinginkan namun untuk sekarang tidak perlu melakukan hal seperti itu lagi karena sudah hadir sebuah aplikasi bagi masyarakat Indonesia untuk melakukan pembelian yaitu aplikasi Shopee.

Arti dari *Cash On Delivery* dan 5 Keunggulannya Bagi Bisnis *Online*. Istilah COD atau *cash on delivery* tentu sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat Indonesia. Arti dari *cash on delivery* adalah jual beli yang metode pembayarannya dilakukan secara tunai dan secara langsung ketika pesanan tiba di tangan pembeli. Sedangkan keunggulan dari COD ada 5 :

1. Bisnis anda terlihat lebih terpercaya
2. Meningkatkan angka penjualan
3. Meningkatkan jumlah pelanggan baru
4. Keluhan dapat segera diatasi
5. Kesempatan mengumpulkan rekomendasi

Menurut para ahli promosi berasal dari kata bahasa Inggris *promote* yang berarti “meningkatkan” atau “mengembangkan”. Menurut Sistaningrum “2002:98” promosi ialah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang. Menurut Gitosudarmo “2000:237” promosi ialah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Sedangkan, menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam arti yang sempit harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari

memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Assauri (2014) harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya untuk unsur biaya saja.

Tabel 1 Data Pengunjung Situs Jual Beli Online Indonesia Tahun 2022

Nama <i>Marketplace</i>	Jumlah Pengunjung
Tokopedia	1,2 Milliar
Shopee	837,1 Juta
Bukalapak	823,5 Juta
Lazada	445,5 Juta
Blibli	353,2 Juta
JD ID	105,4 Juta
Orami	89,8 Juta
Bhineka	62,2 Juta
Sociolla	51,1 Juta
Zalora	44,5 Juta

Sumber : *CNN Indonesia 2022*

Aplikasi shopee digunakan oleh masyarakat indonesia karena mudah digunakan. Mulai dari memilih produk dengan harga yang sudah tercantum, banyak promo dan juga sistem COD (*Cash on Delivery*) yang memiliki promo 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. Sehingga minat beli masyarakat juga bervariasi dan dengan akses yang sangat mudah dengan sistem kategori harga dari yang terendah sampai yang termahal, hal itupun

memudahkan konsumen untuk mencari produk dengan harga yang sesuai. Minat beli adalah suatu keinginan untuk membeli suatu produk atau jasa akibat pengaruh baik eksternal maupun internal darimana sebelumnya dilakukan evaluasi terhadap produk atau jasa yang dilakukan akan dibeli. Menurut Kotler dan Keller (2013:137) minat beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Maka dari itu judul penelitian saya adalah **“PENGARUH CASH ON DELIVERY, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ONLINE SHOP SHOPEE”**

B. Perumusan Masalah

1. Apakah COD (*Cash On Delivery*), Promosi dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli *marketplace* Shopee ?
2. Apakah COD (*Cash On Delivery*) berpengaruh secara parsial terhadap minat beli *marketplace* Shopee ?
3. Apakah Promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli *marketplace* Shopee ?
4. Apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli *marketplace* Shopee ?
5. Manakah dari COD (*Cash On Delivery*), Promosi dan Harga yang lebih berpengaruh terhadap minat beli *marketplace* Shopee ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh COD (*Cash On Delivery*), Promosi dan Harga secara simultan terhadap minat beli *marketplace* Shopee.
2. Untuk menganalisis pengaruh COD (*Cash On Delivery*) secara parsial minat beli *marketplace* Shopee.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi secara parsial terhadap minat beli *marketplace* Shopee.
4. Untuk menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap minat beli *marketplace* Shopee.
5. Untuk menganalisis manakah dari COD (*Cash On Delivery*), Promosi dan Harga yang lebih berpengaruh terhadap minat beli *marketplace* Shopee.

D. Kegunaan penelitian

Harapan saya, penelitian ini akan memberikan manfaat untuk dan terutama PT. Shopee *Internasional* Indonesia dalam mengembangkan bisnis nya yang berkaitan dengan COD (*Cash On Delivery*), Promosi dan Harga dengan harapan bisa membawa ke arah yang lebih baik daripada sebelumnya.

Dan untuk penelitian ini dapat berkontribusi terhadap mahasiswa dan juga dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan COD (*Cash On Delivery*), Promosi dan

Harga. Saya melakukan penelitian ini dikarenakan 3 variable tersebut apakah mempengaruhi minat beli Shopee.

Dan untuk kampus saya Universitas Merdeka Malang saya harap penelitian ini dapat berguna untuk dijadikan bahan referensi dan pembelajaran yang berkaitan dengan COD (*Cash On Delivery*), Promosi dan Harga terhadap minat beli *Marketplace* Shopee.