

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi yang mengalami kemajuan teknologi yang pesat saat ini, terlihat fenomena belanja online melalui platform elektronik yang dikenal sebagai toko online. Setiap toko online memiliki situs webnya sendiri yang dapat dijangkau melalui internet.

Kemajuan berbelanja secara online dan ragam produk serta layanan yang *online shop* tawarkan telah menjadikannya opsi baru dalam cara masyarakat Indonesia berbelanja. Penjual di *online shop* bersaing dengan beragam strategi, terutama karena minat masyarakat Indonesia dalam berbelanja online terus meningkat. Internet berkembang dengan cepat, terutama melalui perangkat *smartphone* dan komputer yang semakin populer berkat kemudahan akses ke fitur-fitur media sosial. Ini memfasilitasi komunikasi dan interaksi sosial, sementara online shop membuat transaksi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari menjadi lebih mudah. (Widyaningsih, 2021).

Fasilitas ini juga dinikmati oleh para konsumen. Dari berbagai lokasi, mereka dapat menelusuri produk, mengakses informasi, melakukan pemesanan, dan melakukan pembayaran dengan mudah melalui layar komputer. Masyarakat Indonesia semakin terbiasa dengan teknologi dan internet. menciptakan potensi pertumbuhan yang besar untuk *e-Commerce*. Pengalaman berbelanja online yang praktis, dengan hanya beberapa kali klik untuk memilih dan membayar produk, serta layanan pengiriman ke alamat yang diinginkan, sangat menguntungkan terutama bagi mereka yang memiliki jadwal padat (Faizah, 2020).

Khususnya bagi individu modern yang menghadapi kendala waktu, seperti ibu yang bekerja, berbelanja secara online menjadi pilihan yang sangat praktis. Selain itu, sejumlah besar perusahaan *e-Commerce* menyediakan layanan pengiriman gratis, kebijakan pengembalian barang,

dan opsi pembayaran cicilan tanpa bunga dalam berbagai periode. Kolaborasi dengan lembaga keuangan dan layanan pengiriman, bersama dengan opsi pembayaran tunai di tempat (COD), semakin mempermudah konsumen. Gaya hidup digital telah menjadi elemen yang tak terpisahkan dari rutinitas harian masyarakat, termasuk dalam kegiatan berbelanja. Berbelanja secara online sekarang menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia karena kemudahan dan kenyamanannya. Pelanggan dapat memesan barang dan jasa baik dalam negeri maupun luar negeri tanpa harus keluar rumah, saat memilih toko online terbaik, rekomendasi dari teman dan review online merupakan faktor yang sangat penting. Menurut (Andhini et al., 2020) Pendekatan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) merupakan metodologi pengambilan keputusan yang memerlukan pengklasifikasian komponen ke dalam hierarki, evaluasi elemen secara berpasangan, dan penentuan nilai bobot yang mewakili prioritas relatif setiap elemen. Hal ini dapat dimanfaatkan untuk memilih toko online populer dengan harga termurah.

Dengan menggunakan informasi latar belakang yang telah tersedia, peneliti berencana untuk melakukan penelitian bernama "**ANALISIS PENERAPAN PEMILIHAN HARGA TERBAIK ONLINE SHOP MENGGUNAKAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS**". Penelitian ini bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam memilih *online shop* yang sesuai dengan kebutuhan yang berada pada lingkungan Universitas Merdeka Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan berikut ditemukan berdasarkan uraian penulis tentang latar belakang:

1. Bagaimana menganalisa perbandingan harga online shop seperti Shopee dan Lazada, online shop manakah yang diminati oleh masyarakat dengan menggunakan metode AHP?

2. Kriteria apa saja yang dipergunakan untuk menentukan *online shop* yang diminati masyarakat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut berdasarkan informasi latar belakang dan rumusan masalah yang dijelaskan di atas :

1. Untuk mengetahui hasil dari analisa perbandingan harga terbaik *online shop* yang manakah yang diminati oleh mahasiswa.
2. Menyampaikan memungkinkan pembeli dengan cepat mengidentifikasi toko online yang direkomendasikan.
3. Sebagai umpan balik mengenai faktor-faktor yang digunakan konsumen saat membeli di toko online untuk toko online.

1.4 Batasan Penelitian

1. Membahas tentang analisa pemilihan harga terbaik pada online shop seperti : Shopee, dan Lazada.
2. Pengelolaan data studi melibatkan pemanfaatan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner AHP dan menggunakan *web scraper* sebagai perbandingan harga terbaik online shop seperti Shopee, dan Lazada.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penulis

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperdalam pemahaman penulis dan menjadi sumber bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai topik yang sama.

1.5.2 Bagi Konsumen

Diharapkan akan menjadi satu pertimbangan dalam pemilihan harga terbaik pada suatu online shop seperti : Online shop Shopee, dan Lazada.

1.5.3 Bagi Universitas

Sebagai referensi bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian di bidang dan objek yang sama.