

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Banyak aspek kehidupan manusia yang terkena dampak signifikan dari pertumbuhan internet yang pesat. Salah satu ilustrasinya adalah kemajuan terkini dalam platform pemasaran internet, yang mendorong semakin banyak konsumen berbelanja online. Saat ini, generasi milenial khususnya adalah pecinta platform pembelian internet. Shopee merupakan pasar online yang paling banyak digunakan di Indonesia. Forrest Li meluncurkan Shopee, platform e-commerce asal Singapura, pada tahun 2009. Shopee pertama kali diperkenalkan di Singapura pada tahun 2015, namun dengan cepat berkembang ke Indonesia dan negara-negara terdekat lainnya

Tabel 1.

E-Commerce dengan Pengunjung Web Bulanan Tertinggi

No	Nama	Kuartal 1 - 2023	Kuartal 2 - 2023	Kuartal 3 - 2023
1	Shopee	157.966.667	166.966.667	216.766.667
2	Tokopedia	117.033.333	107.200.000	97.066.667
3	Lazada	83.233.333	74.533.333	52.233.333
4	Blibli	25.433.333	27.100.000	28.400.000

Sumber : Similarweb (2023)

Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak menjadi *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi di Indonesia pada kuartal III 2023, menurut data SimilarWeb. Namun, hanya Shopee dan Blibli yang mengalami peningkatan pengunjung, sedangkan situs pesaingnya cenderung menurun. Sepanjang kuartal ketiga tahun 2023, situs Shopee mencapai rata-rata 216 juta kunjungan per bulan, naik sekitar 30% dari rata-rata pada kuartal kedua tahun 2023. Grafik di atas menunjukkan rincian angka rata-rata kunjungan kuartalnya.

Shopee merupakan *platform* belanja dan penjualan *online* yang menawarkan beragam produk kebutuhan sehari-hari. Melalui sistem pencarian produk, pembeli juga menemukan tag belanja populer di berbagai kategori, serta informasi mengenai reputasi penjual, sehingga pembeli dapat leluasa menilai dan memutuskan produk. Selain itu, Shopee memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam menjual jasanya dengan menyediakan ruang chat yang memungkinkan pelanggan berinteraksi dengan penjual.

Cara konsumen mencari informasi dan membuat keputusan pembelian telah berubah karena kemajuan internet. Seiring dengan perkembangan ini, ulasan produk atau *online customer review* yang ditinggalkann oleh pelanggan telah menjadi bagian penting dari keputusan pembelian mereka. Dengan kemajuan teknologi, pelanggan sekarang dapat dengan mudah

mengakses dan berbagi ulasan produk dan layanan secara *online*. Kemampuan konsumen untuk menilai produk berbeda secara *online* dan *offline*. Gambar dan deskripsi adalah satu-satunya cara untuk mendapatkan informasi produk secara *online*, sehingga pelanggan harus percaya pada informasi yang diberikan. Shopee memiliki berbagai fitur yang dapat meyakinkan pelanggan, seperti fitur *review* pelanggan yang diharapkan dapat memengaruhi keputusan pembelian.

Selain itu, masalah yang sering ditanyakan konsumen saat berbelanja secara *online* adalah jaminan keamanan bertransaksi. misalnya beberapa penjual memerlukan pembayaran di muka, meskipun *e-commerce* menawarkan pembayaran *COD*. Pembayaran *COD* adalah sistem pembayaran yang dilakukan pada saat barang datang atau diterima konsumen. Tetapi beberapa toko tidak menawarkan metode ini, akibatnya pelanggan tidak dapat melihat dan berinteraksi langsung dengan penjual saat berbelanja *online*. Hal ini menimbulkan ketakutan pada pelanggan, karena barang yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Jadi, kepercayaan pelanggan adalah hal yang harus diperhatikan saat belanja *online*, semua proses bergantung pada kepercayaan.

Menurut Halaweh (2018), keputusan pembelian pelanggan dipengaruhi oleh pilihan pembayaran *COD* karena memberikan mereka rasa aman, privasi, dan percaya diri. Oleh karena itu,

unsur psikologis yang berkaitan dengan sikap dan keyakinan antara lain pembayaran COD. Pelanggan mengklaim metode pembayaran tertentu menyulitkan melakukan transaksi di luar rumah dari segi kenyamanan dan keamanan. Metode pembayaran *COD* menawarkan kenyamanan dan keamanan bagi pelanggan karena produk dibayar ketika sudah sampai didepan rumah.

Menurut Mofan (2020), *online customer review* memiliki pengertian ulasan pelanggan terkait berbagai aspek evaluasi produk. Konsumen dapat menggunakan informasi tersebut untuk memperoleh kualitas produk yang dicarinya berdasarkan review dan pengalaman orang lain. Ulasan produk Shopee adalah seringkali tidak bisa diandalkan karena ulasan setiap pelanggan berbeda-beda. Oleh karena itu, ulasan pelanggan *online* mengandalkan pelanggan untuk menyampaikan masukan positif dan negatif yang jujur tentang pengalaman mereka sehingga calon pembeli dapat meninjau ulasan produk sebelum melakukan pembelian.

Berdasarkan gambaran latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti judul “ Pengaruh Sistem Pembayaran *Cash On Delivery* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee “

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dirumuskan masalah :

1. Apakah system pembayaran *cash on delivery* dan *online customer review* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee?
2. Apakah system pembayaran *cash on delivery* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee?
3. Apakah *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee?
4. Manakah diantara system pembayaran *cash on delivery* dan *online customer review* yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh system pembayaran *cash on delivery* dan *online customer review* secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee
2. Untuk menganalisis pengaruh system pembayaran *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee
3. Untuk menganalisis pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee
4. Untuk menganalisis diantara system pembayaran *cash on delivery* dan *online customer review* yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya ilmu pengetahuan dan tambahan informasi bagi pembaca berupa ilmu ekonomi tentang pengaruh system pembayaran *cash on delivery* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian pada shopee.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pembeli dalam mengambil keputusan pembelian agar dapat menghasilkan produk yang sesuai keinginan