

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Aspek pemasaran berperan penting dalam pemasaran produk maupun jasa. Pemasaran merupakan bagian yang penting dengan pasar, karena pasar yang ada sekarang di mana terjadinya transaksi jual beli. Dengan adanya transaksi tersebut, melibatkan promosi untuk meningkatkan penjualan. Hal ini promosi dapat dilakukan dengan penggunaan internet (Reza, 2016).

Pengguna internet mendorong terjadinya potensi besar antara lain yaitu jual beli online. Dengan adanya jual beli online tersebut, peluang untuk menjalankan bisnis online semakin terbuka bagi pelaku bisnis di Indonesia. Hal ini dalam kehadiran bisnis jual beli online, membuat kita semakin mudah berbelanja tanpa menghabiskan waktu dan tenaga. Dengan kemudahan inilah membuat bisnis jual beli online semakin diminati (Jamaludin, 2015).

Penelitian tentang Situs Jual Beli Online Terpopuler Pada Event Festival Belanja Online 11.11 di Tahun 2018 yang dilakukan oleh Nusa Research terhadap 1967 responden, menunjukkan ada enam situs yang dipilih oleh responden. Menurut tabel 1 dari keenam situs tersebut, Shopee merupakan situs yang dinilai paling populer dimana terdapat 82,8% (1896) responden yang menunjukkan belanja di Shopee. Sementara situs yang lain hanya dipilih lebih sedikit responden. Misal Lazada hanya 44,6%, bahkan Bukalapak hanya 3,2 % (Nusaresearch, 2018).

Hal lain yang disampaikan oleh Nusa Research tentang promosi yang paling ditunggu oleh responden sebanyak 1519, dimana terdapat 22,6% responden yang paling menunggu biaya ongkos kirim gratis. Promosi yang ditunggu oleh responden tidak hanya biaya ongkos kirim gratis melainkan responden menunggu flash sale sebesar 18,1%, responden menunggu diskon produk sebesar 18,0%, bahkan responden menunggu cashback sebesar 14,9% (Nusaresearch, 2018).

Promosi biaya ongkos kirim gratis di Shopee terus diperbaharui setiap 1 bulan sekali dan diberi kemudahan bagi konsumen untuk mengakses melalui *smartphone mobile* Android dan IOS. Kemudahan yang ditawarkan membuat semakin banyak konsumen yang ingin menjadi member untuk membeli produk karena biaya ongkos kirim gratis dapat dilakukan di semua toko atau *event* (Rahmidani, 2015)

**Tabel 1. 1 Situs Jual Beli Online Terpopuler Pada Event Festival Belanja Online 11.11 di Tahun 2018**

Peringkat	Situs	Jumlah Responden(%)
1	Shopee	82,8
2	Lazada	44,6
3	Blibli	16,6
4	Zalora	7,2
5	Elevenia	6,9
6	Bukalapak	3,4

Sumber : Nusaresearch, 2018

Biaya ongkos kirim gratis di Shopee merupakan promosi penjualan yang berupa voucher secara online yaitu Voucher Gratis Ongkos Kirim. Voucher Gratis Ongkos Kirim memiliki syarat dan ketentuan hanya berlaku bagi konsumen yang memiliki akun Shopee dan menggunakan Voucher Gratis Ongkos Kirim yang terdapat pada kolom daftar voucher pada aplikasi Shopee. Konsumen yang tidak menggunakan voucher tersebut, ongkos pengiriman akan ditanggung sendiri oleh konsumen (Shopee, 2019).

Promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim memiliki syarat dan ketentuan yang mudah, yaitu memiliki potongan ongkos kirim hingga Rp 15.000/pesanan dengan minimal belanja yang lebih rendah yaitu Rp 0. Fitur ini juga bekerja sama dengan perusahaan jasa pengiriman seperti JNE, J&T, Sicepat, Grab dan Gojek sehingga dapat menghemat biaya ongkos kirim. Terdapat beberapa jenis pembayaran yang dilakukan konsumen untuk mendapatkan potongan ongkos kirim dengan ShopeePayLater, ShopeePay atau pembayaran melalui bank debit atau kredit dan gerai terdekat. Selain itu beberapa jenis toko juga bekerja sama sehingga konsumen mendapatkan

potongan ongkos kirim untuk menghemat biaya seperti ShopeeMall dan toko yang bertanda *free*. Hal ini dapat menarik konsumen karena memiliki keunggulan pada biaya potongan ongkos kirim (Ainoru., 2018). Dari keunggulan tersebut, konsumen dapat memilih jual beli online di Shopee sebagai pilihan konsumen dengan menggunakan Voucher Gratis Ongkos Kirim untuk melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan (Zulfa & Hidayati, 2018).

Bagi perusahaan Voucher Gratis Ongkos Kirim pada aplikasi Shopee dapat digunakan sebagai evaluasi yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif yang dapat menarik konsumen. Sedangkan bagi konsumen hal itu dapat digunakan untuk melakukan keputusan pembelian (Dewi & Kusumawati, 2018). Dengan kata lain, promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim dapat meningkatkan pembelian. Seberapa besar promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim dapat mempengaruhi keputusan pembelian menjadi menarik untuk diketahui dengan melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi Penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata Semarang)”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pengaruh promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim terhadap keputusan pembelian secara online di Shopee?

## **1.3. Tujuan**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim terhadap keputusan pembelian secara online di Shopee.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan :

##### **1.4.1. Bagi Perusahaan**

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai evaluasi pengaruh promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim terhadap keputusan pembelian secara online pada aplikasi Shopee untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif yang dapat menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

##### **1.4.2. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian tentang keputusan pembelian secara online.

