

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, tidak dipungkiri juga mempengaruhi kegiatan bisnis di Indonesia, baik bisnis kecil menengah maupun bisnis besar yang telah mendunia. Saat ini masyarakat Indonesia lebih banyak menggunakan sarana online untuk mengembangkan bisnisnya. *Bisnis online* memiliki prospek yang cukup besar untuk saat ini dan untuk masa yang akan datang. Menurut situs *wikipedia*. *Organisasi bisnis online* mempunyai arti perdagangan elektronik, dalam hal ini penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui iklan di televisi maupun melalui jaringan internet. *E-dagang* atau *E-commerce (Electronic Commerce)* melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik melalui sistem manajemen inventori otomatis dan sistem pengumpulan data otomatis. *E-commerce* mungkin sebuah konsep yang relatif baru dibandingkan dengan fenomena lain. Internet marketing atau *E-commerce* sebenarnya sudah populer di negara maju sejak tahun 1999 dimulai dengan lahirnya mesin pencari dan email web based. www.yahoo.com yang kemudian disusul dengan mesin pencari lain yang sekarang sangat populer yaitu www.google.com sekitar tahun 1998-1999 yang didirikan oleh dua anak muda Lawrence dan Sergey Brin. Pendiri google dalam waktu singkat masuk ke dalam 30 besar orang terkaya di dunia. Kemudian pada tahun-tahun berikutnya lahir website yang berfungsi sebagai sosial media, seperti www.facebook.com dan www.tweeter.com yang memudahkan bagi para pelaku bisnis untuk dapat lebih mengembangkan lagi bisnisnya. Awal mula hiruk pikuk E-commerce dimulai dengan kemunculan penyedia akses internet pertama di Indonesia

yaitu Indonet pada tahun 1994 atau yang lebih dikenal dengan nama indosat. Dari sana kemudian mulai bermunculan situs kaskus, toko bagus dan barulah kemudian pemerintah membentuk Undang-undang ITE pada tahun 2008 untuk mengatur semua yang berkaitan dengan dunia maya. Internet pada masa sekarang ini telah menjadi kebutuhan pokok karena kita dapat memperoleh informasi segala macam hal, berbelanja online, berita online, online banking, online marketing, online affiliate, sosialisasi online, kuliah online, online advertising dan lain sebagainya. (indah, 2018)

Sebagian besar orang akan berpendapat segala aktivitas belanja yang dilakukan secara online dapat dilakukan di online shop. Pada kenyataannya, tidak hanya melalui online shop, namun kita juga bisa belanja melalui e-commerce dan marketplace.

Dalam beberapa tahun terakhir, perdagangan elektronik (e-commerce) di Indonesia telah berkembang pesat. E-commerce menjadi peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan mereka. Pembayaran elektronik (pembayaran elektronik) dikembangkan untuk memfasilitasi transaksi e-commerce. *E-commerce* (perdagangan elektronik), adalah kegiatan jual beli barang/jasa atau transmisi dana atau data melalui jaringan elektronik, terutama internet.

Dengan semakin banyaknya perusahaan e-commerce marketplace di Indonesia, persaingan bisnis antar perusahaan menjadi ketat. Perusahaan e-commerce marketplace khususnya, reputasi penjual sangat penting Faktor untuk penjual dan pembeli tidak berhadapan langsung. Selain itu, peran media sosial sebagai promosi Alat ini juga penting karena dapat mempengaruhi kemauan konsumen untuk berbelanja Dalam hal situs e-commerce marketplace.

Marketplace adalah model bisnis yang mana website yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tapi juga memfasilitasi transaksi uang secara online. Pada sistem belanja online ini, sebuah website menyediakan lahan atau tempat bagi para penjual untuk menjual produk-produknya. Di website inilah kita akan menemukan produk dari penjual yang berbeda, ada juga beberapa penjual dari online shop. Setiap produk yang terdapat dalam website tersebut telah diberikan spesifikasi dan penjelasan kondisi produknya, sehingga pembeli dapat langsung mengklik tombol “beli” kemudian melakukan transfer sejumlah harga yang tercantum. Pada sistem belanja ini, penjual tidak melakukan tanya jawab kepada pembeli dan tidak ada diskon ataupun tawar menawar seperti pada online shop. Contoh dari marketplace diantaranya adalah tokopedia.com, olx.co.id, bukalapak.com, sophee, dll.

Disini saya menggunakan Tokopedia dan Shopee sebagai objek penelitian materi skripsi saya. Karna E-commerce marketplace Tokopedia dengan shopee paling banyak diminati (Bukti ada dilampiran). Tokopedia adalah sebuah marketplace atau situs jual beli online yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dengan cara yang aman. Saya katakan aman karena sebagai pembeli, ketika melakukan transaksi pembelian barang melalui tokopedia uang yang anda bayarkan bukan langsung ditransfer ke penjual melainkan ke pihak tokopedia terlebih dahulu. Uang pembelian baru diterima oleh penjual, jika pembeli sudah benar-benar menerima barang pesannya. Sebagai pembeli, anda juga bisa melakukan pembatalan transaksi jika memang barang yang anda pesan tidak kunjung dikirim atau barang tidak sesuai dengan pesanan. Artinya, transaksi di tokopedia memiliki tingkat keamanan yang tinggi sehingga tidak perlu takut

terjadi penipuan. Shopee adalah platform perdagangan elektronik yang berkantor pusat di Singapura di bawah SEA Group (sebelumnya dikenal sebagai Garena), yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Karena elemen mobile yang dibangun sesuai konsep perdagangan elektronik global. Shopee menjadi salah satu dari 5 startup e-commerce yang paling disruptif yang diterbitkan oleh Tech In Asia

Penelitian ini mencoba untuk melakukan kajian tentang persepsi dan preferensi masyarakat terhadap situs penyedia jasa belanja online e-marketplace publik di Indonesia yaitu Tokopedia dan Shopee. Adakah perbedaan antara Marketplace Tokopedia Dengan Shopee bagi warga Desa Jabon . Penelitian ini dilakukan pada masyarakat warga Desa Jabon. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Tokopedia Dan Shopee Desa Jabon. Dengan mengangkat judul **“Perbandingan E-commerce Marketplace Tokopedia dengan Shopee”**.

B. BATASAN MASALAH

Untuk membatasi penelitian agar tidak memunculkan berbagai masalah yang luas, sehingga terdapat batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Jabon.
2. Penelitian ini dilakukan kepada konsumen yang sudah pernah belanja di E-commerce Marketplace Tokopedia dan Shopee.

C. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

Adakah perbedaan antara E-commerce marketplace Tokopedia dengan Shopee bagi warga Desa Jabon ?

D. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu :

Untuk mengetahui adakah perbedaan antara E-commerce marketplace Tokopedia dengan Shopee bagi warga Desa Jabon?

E. MANFAAT PENELITIAN

Tercapainya tujuan yang telah dirumuskan diatas, penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi landasan dalam pengembangan penelitian berikutnya, bisa memberikan manfaat dan kontribusi dalam memilih atau menggunakan marketplace di Indonesia.
2. Bagi Universitas, Penelitian ini berguna untuk menambah ilmu pengetahuan dan sebagai bahan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu.
3. Bagi mahasiswa, Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan, wawasan mengenai penelitian yang dibuat sehingga bisa menjadi bahan referensi di penelitian selanjutnya.