

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi sekarang ini membawa banyak perubahan dalam gaya hidup, yang paling terlihat adalah pada penggunaan gadget dan kecenderungan beraktivitas di dunia maya melalui internet. Di dalam internet terdapat berbagai hal mulai dari jejaring sosial, aplikasi, berita, hingga berbelanja *online shop*. Salah satu aktivitas yang paling sering diakses adalah *online shop*[Adison and Purwaningsih, 2015]. Pada awal kemunculannya, *online shop* merupakan salah satu bentuk kegiatan yang meliputi jual beli dan marketing barang atau jasa melalui sistem elektronik. Pembayaran dilakukan dengan sistem yang telah ditentukan, kemudian barang akan dikirimkan melalui jasa pengiriman barang.

Toko *online* bermula pada tahun 1990 Tim Berners-Lee menciptakan browser web yaitu WordWideWeb (WWW) yang mengubah jaringan telekomunikasi akademik menjadi sistem komunikasi global yang dikenal dengan nama Internet. Kemudahan layanan yang ditawarkan produsen melalui belanja *online* membuat cara ini semakin diminati banyak pengguna internet, dengan melakukan transaksi lewat *e-commerce* mencari barang-barang seperti baju, sepatu, dan tas. Sejumlah produk itu paling digemari karena banyak pilihan dan proses transaksi, serta pengiriman yang relatif cepat dan mudah[Adison and Purwaningsih, 2015]. Metode pembayarannya yaitu dengan cara memilih salah satu diantara metode yang disediakan oleh situs bukalapak yaitu transfer antar-rekening, sementara bisa memilih metode *cash on delivery* (bayar ditempat setelah barang sampai) hal ini memperlihatkan bahwa kepercayaan konsumen untuk melakukan belanja online secara perlahan terus meningkat.

Dengan penelitian ini diharapkan dapat teridentifikasinya faktor-faktor yang berpengaruh pada minat konsumen dalam berbelanja secara online dengan menggunakan situs Bukalapak dikarenakan toko online Bukalapak merupakan toko online terbesar dan banyak diminat oleh konsumen. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi konsumen berminat berbelanja secara online melalui toko Bukalapak dengan menggunakan Metode *pathanalysis* di dukung 3 variabel yaitu *variabel perceived concentration*, *variabel perceived enjoyment*, dan *variabel perceived ease of use*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka penulis merumuskan permasalahan pada penelitian ini yaitu, apa saja yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelanggan berbelanja secara online pada layanan jual beli online pada Pt Bukalapak menggunakan *Path Analysis*.

1.3. Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak keluar dari topik pembahasan dalam penelitian ini, yaitu perlu dilakukan analisa untuk mengetahui apakah faktor lebih terarah dan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka dalam penelitian ini penulis membatasi lingkup, yaitu :

1. Hanya pengguna aplikasi jual beli online pada Pt. Bukalapak
2. Metode yang digunakan adalah *Path Analysis*
3. Responden dalam penelitian ini hanya pelanggan yang menggunakan layanan PT. Bukalapak dikota Palembang Sumatera Selatan.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Agar penelitian ini memiliki arti yang bermanfaat dan berguna, maka suatu penelitian harus memiliki suatu tujuan yang jelas serta memiliki manfaatnya untuk dapat digunakan hasilnya.

1.4.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat belanja secara online menggunakan Path Analysis pada Aplikasi Bukalapak khusus wilayah kota Palembang yang tergabung dalam Group Official Facebook dengan menggunakan metode Path Analysis.

1.4.2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

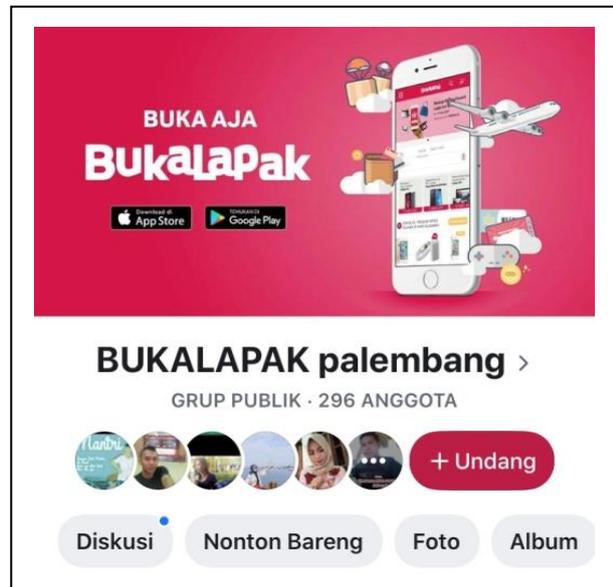
1. Dapat memberikan inovasi baru untuk pengguna Aplikasi Bukalapak, dan dapat memberikan pengetahuan lebih, kepada masyarakat luas tentang aplikasi Bukalapak
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan sebagai dasar peningkatan pelayanan perusahaan berdasarkan faktor yang telah dihasilkan dari penelitian ini.

1.5. Populasi dan Sampel

1.5.1. Populasi dan Sampel

Teknik pengambilan *sampling* yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuisisioner secara online melalui *google form* kepada pengguna aplikasi bukalapak. Saat ini pengguna Bukalapak di kota Palembang ada 296 orang yang tergabung dalam *Facebook Official* grup Bukalapak Palembang mulai dari tahun ini yaitu 2019 yang bersumber dari link <https://www.facebook.com/groups/351058652498128/?ref=share> dan penelitian ini membutuhkan populasi dan sampel pada 85 orang yang berdomisili di kota Palembang Indonesia, yang sudah melakukan layanan berbelanja secara online melalui *platform* Bukalapak, dengan metode pengumpulan data yaitu

kuisisioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*.



Sumber : www.Facebook.bukalapakgroups.com

Gambar 1.1 (Jumlah Responden Bukalapak Palembang)

Berdasarkan notasi rumus besar sampel penelitian minimal oleh Slovin, apabila mempunyai 296 orang dalam sebuah populasi, kita bisa menentukan sampel yang akan diteliti. *Margin of error* yang ditetapkan adalah 5% atau 0,05. Untuk menentukan jumlah sampel yang ditarik menggunakan pendapat Slovin sebagai berikut :

$$\text{Rumus Slovin} = \boxed{n = N / (1 + (N \times e^2))}$$

Penjelasan :

n = Jumlah sampel

N = Populasi

E = Persen Kelonggaran kesalahan = 0,5

Berikut ini merupakan data pengguna Bukalapak yaitu, sebanyak berdasarkan data diatas maka sampel untuk penelitian ini dapat diketahui dengan menggunakan rumus Slovin. Berikut perhitungannya :

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$\text{Sehingga : } n = 296 / (1 + (296 \times 0,05^2))$$

$$n = 296 / (1 + (296 \times 0,0025))$$

$$n = 296 / (1 + 2,5)$$

$$n = 296 / 3,5$$

$$n = 84,5714286$$

$$n = 85 \text{ (dibulatkan)}$$

Dengan menggunakan rumus Slovin menghasilkan 85 orang Responden. Diharapkan mendapatkan hasil yang lebih akurat untuk penelitian ini. Teknik pengambilan *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling*, yaitu pengambilan sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi *usure* atau anggota sampel secara *incidental* (sampel kebetulan), yaitu siapa saja pengguna aktif Bukalapak.

1.6. Metodologi Penelitian

1.6.1. Waktu dan Tempat

Waktu penelitian di lakukan pada *website* Bukalapak dengan *link* <https://bukalapak.com> yang dilakukan pada bulan Oktober 2019 sampai dengan bulan Januari 2020.

1.6.2. Alat dan Bahan

1. Perangkat Keras

Perangkat keras yang diperlukan dalam penelitian ini untuk dapat menjalankan perangkat lunak (*software*) yaitu menggunakan laptop dengan :

1. Processor Intel
2. RAM 2 Gb
3. Hardisk 500 Gb

2. Perangkat Lunak

Software adalah program yang memerintahkan komputer untuk melakukan suatu tugas. *Software* yang digunakan dalam pembuatan laporan Windows 7 dan Microsoft Word 2007 sebagai *software* penulis.

1.6.3. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat *explanatory research* (penelitian penjelasan) yaitu yang bertujuan menganalisis hubungan antara satu variable mempengaruhi variable lainnya. Cara pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah dengan teknik pengambilan sampel non random, masing-masing item indikator diukur dengan menggunakan Skala Semantik Diferensial, dimana terdapat dua bagian yaitu, bagian negatif diberi skor 1 dan bagian positif diberi 5 skor [Wahyu et al., 2016] Skor masing-masing indikator merupakan nilai total dari item indikator.

Tabel 1.1 Operasional Variabel – Variabel Penelitian.

No	Dimensi	Defenisi	Indikator
1	<i>Perceived Concentration</i> (x1) (Konsentrasi)	Sebagai intensitas fokus atau perhatian terhadap pengguna aplikasi.	1. Pencarian produk baru (x1.1) 2. Ketertarikan terhadap barang (x1.2) 3. Kemudahan proses pembelian (x1.3)
2	<i>Perceived Enjoyment</i> (x2) (Kepercayaan)	Tingkat kepercayaan pengguna yang dianggap menyenangkan dalam	1. Kenyamanan bertransaksi (x2.1) 2. Situs yang menarik

		dirinya sendiri saat berbelanja.	(x2.2) 3. Kemudahan bertransaksi (x2.3)
3	<i>Perceived Ease of Use</i> (y3) (Kemudahan)	Tingkat kepercayaan individu yang menggunakan teknologi baru akan bebas dari kesulitan.	1. Harapan dan Usaha (y3.1) 2. Kebutuhan yang diharapkan (y3.2) 3. Kemudahan pengguna (y3.3)

1.7. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah:

1. Kuisisioner

Kuesioner digunakan untuk pengumpulan data, yang dilakukan dengan cara penyebaran angket yang berisi pertanyaan atau pernyataan tertulis ditujukan untuk responden seputar hal yang sedang diteliti, dengan variabel yang digunakan dalam penelitian.

2. Pengamatan

Studi meneliti dengan cara menganalisa dokumen berupa hasil dari kuisisioner yang telah disebar ke responden.

1.7.1. Teknik Analisis Data

Instrumen penelitian yaitu semua alat yang digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa, menyelidiki suatu masalah, atau mengumpulkan, mengolah, menganalisa dan menyajikan data-data secara sistematis serta obyektif dengan tujuan memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis. Jadi semua alat yang bisa

mendukung suatu penelitian bisa disebut instrumen penelitian. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Hal ini karena perolehan suatu informasi data relevan atau tidaknya, tergantung pada alat ukur tersebut. Oleh karena itu, alat ukur penelitian harus memiliki validitas dan reliabilitas yang memadai. Untuk mengumpulkan data dari sampel penelitian, dilakukan dengan metode tertentu sesuai dengan tujuannya. Dalam proses pengumpulan data tentu diperlukan sebuah alat atau instrumen pengumpul data.

Metode penelitian data (Sugiyono, 2002) yang umum digunakan dalam suatu penelitian adalah : Observasi, Wawancara dan Kuisisioner. Dan analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner, hasil *survey* data yang telah didapatkan, yang didukung dari permasalahan, model sebab akibat (*causal modeling*), atau disebut juga analisis jalur (*path analysis*), yang menyusun hipotesa hubungan-hubungan sebab akibat (*causal relationship*) diantara variabel-variabel dan menguji model-model sebab akibat (*casual models*) dengan menggunakan sistem persamaan *linier*. Model-model sebab akibat dapat mencakup variabel-variabel *manifest (indicator)*, variabel-variabel laten atau keduanya.