

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan teknologi dalam era globalisasi mampu membawa perubahan dalam hidup manusia. Banyak pengaruh yang ditimbulkan akibat dari perkembangan teknologi ini, baik pengaruh positif maupun negatif yang dapat merubah gaya hidup seseorang. Salah satu perubahan yang sangat pesat dan melekat pada seseorang yaitu pada bidang internet. Sebelumnya kebanyakan orang memanfaatkan teknologi untuk memperluas komunikasi antar keluarga, teman, maupun kerabat. Namun, seiring perkembangan zaman internet berkembang pada berbagai macam situs *marketplace* yang menyediakan berbagai macam produk secara online sehingga pembeli tidak perlu datang lagi ke toko untuk membeli suatu produk (Auli et al ; 2021).

Marketplace merupakan tempat bertemunya antara pembeli dan penjual untuk menawarkan produknya secara online, pembeli dapat menemukan banyak produk dan layanan yang mereka butuhkan di website Marketplace (yudhistira, 2022). Saat ini salah satu *marketplace* yang paling disukai oleh konsumen dari berbagai kalangan yaitu shopee, karena fitur-fitur yang dihadirkan oleh Shopee selalu melakukan inovasi dan mudah untuk dipahami konsumen. Sehingga konsumen tidak akan kesulitan untuk melakukan belanja *online* di shopee. Selain itu *marketplace* shopee ini sering memberikan diskon atau potongan harga dan gratis ongkir dimana hal tersebut dapat menarik perhatian konsumen (Sety Agustina et al., 2022). Berikut merupakan lima *marketplace* dengan kunjungan situs terbanyak di Indonesia pada tahun 2023:

Tabel 1.1 Marketplace Dengan Kunjungan Situs Terbanyak di Indonesia

No	Nama Marketplace	Kunjungan Kuartal I (Juta)	Kunjungan Kuartal II (Juta)
1.	Shopee	157,97	166,97
2.	Tokopedia	117,03	107,20
3.	Lazada	83,23	74,53
4.	Blibli	25,43	27,10
5.	Bukalapak	18,07	15,57

Sumber: databoks.katadata.co.id, 2023

Shopee merupakan perusahaan *startup* asal Singapura yang mulai beroperasi di Indonesia sejak bulan desember 2015. Shopee juga hadir dalam bentuk aplikasi *mobilephone* untuk memudahkan pengguna dalam melakukan belanja *online* di perangkat seluler tanpa memerlukan penggunaan komputer. Shopee juga memberikan metode pembayaran yang aman bagi pembeli dan memudahkan penjual dalam berjualan. Selain itu, pembeli akan mendapatkan banyak keuntungan jika melakukan pembelian melalui shopee seperti diskon dan gratis ongkir (Shoffi'ul et al., 2019). Saat ini shopee menjadi penguasa pasar *ecommerce* berdasarkan jumlah kunjungan bulanan pada kuartal II-2023. Rata-rata kunjungan per-bulannya sebanyak 166,97 juta naik 5,7% dibanding kuartal sebelumnya. Pada periode sama, rata-rata kunjungan ke situs Blibli naik 6,6%, sedangkan Tokopedia turun 8,4%, Lazada turun 10,5%, dan Bukalapak turun 13,8% dengan rincian seperti terlihat pada tabel diatas. (databoks.katadata.co.id, 2023).

Banyak konsumen yang tertarik untuk membeli suatu produk karena adanya diskon dibanding dengan membeli produk dengan harga normal (Arliny et al., 2023). Diskon adalah potongan harga yang diberikan oleh penjual agar pembeli tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan tersebut sehingga pembeli akan melakukan keputusan pembelian. Diskon yang diberikan oleh penjual kepada pembeli biasanya diadakan ketika tanggal dan bulan sama misalnya pada tanggal 9 bulan 9 begitu juga untuk bulan lainnya. Selain itu diskon diberikan ketika hari-hari besar nasional seperti hari kemerdekaan, jadi penjual biasanya memberikan diskon selama bulan kemerdekaan untuk memperingati hari kemerdekaan.

Selain adanya diskon yang diberikan oleh penjual, salah satu program yang disediakan oleh shopee dalam menarik minat beli konsumen untuk melakukan pembelian pada *marketplace* shopee yaitu karena adanya gratis ongkir. Gratis Ongkir merupakan program yang memberikan kesempatan bagi Penjual untuk menawarkan Gratis Ongkir khusus untuk Pembelinya. Biaya Gratis Ongkir akan ditanggung oleh Shopee, sehingga tidak ada biaya tambahan yang dikenakan ke Penjual. Dengan adanya gratis ongkir tersebut, pembeli tidak akan terbebani oleh ongkos kirim ketika membeli suatu produk. Adapun syarat dan ketentuan untuk mendapatkan gratis ongkir salah satunya yaitu pembeli harus melakukan pembelian minimal Rp 30.000 per toko dalam satu kali *checkout*, selain itu gratis ongkir tanpa minimal pembelian juga bisa didapat ketika melakukan pembelian pada tanggal dan bulan yang sama, serta gratis ongkir juga didapat jika metode pembayaran yang digunakan mendukung gratis ongkir (shopee, 2023).

Dengan adanya diskon dan gratis ongkir tersebut akan memberikan daya tarik bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Adapun hubungan antara variabel X dengan variabel Y pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shoffi'ul Auli, (2021) menunjukkan bahwa variabel diskon dan promo gratis ongkir mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat dijelaskan bahwa *variable* diskon dan gratis ongkos kirim berpengaruh secarasimultan terhadap keputusan pembelian.

Shopee sebagai sarana jual beli *online* menyediakan berbagai produk seperti perlengkapan olahraga, alat fotografi, *gadget*, alat kecantikan, *fashion*, suku cadang kendaraan, perlengkapan rumah, vitamin, makanan, minuman dan skincare. Salah satu *skincare* yang dengan mudah bisa didapatkan melalui shopee salah satunya yaitu produk MS Glow. MS Glow adalah sebuah *brand* kecantikan yang merupakan salah satu lini di bawah naungan PT. Kosmetika Cantik Indonesia. MS Glow didirikan oleh dua orang yaitu Shandy Purnamasari dan Maharani Kemala yang berdiri pada tahun 2013. Pada tahun 2015 MS Glow *clinic* sudah membuka 13 cabang di kota besar Indonesia seperti Surabaya, Malang, Bali, Jakarta, Bandung, Bekasi, Sidoarjo, Makassar, Semarang, Medan, Bogor dan Depok. Selain itu MS Glow sudah tersebar di berbagai negara seperti Jepang, Malaysia, Arab, Hongkong,

Singapura dan Taiwan. Saat ini MS Glow banyak diminati oleh kalangan milenial (insert live.com, 2022). Berikut merupakan 10 brand *skincare* lokal terlaris di Indonesia pada *marketplace* tahun 2022:

Gambar 1.1 10 Brand Skincare Terlaris di Indonesia



Sumber: kompas.co.id, 2022

MS Glow memiliki produk perawatan kulit wajah yang dirancang secara efisien dalam menyembuhkan dan mencerahkan kulit kusam. MS Glow tidak sebatas menciptakan produk perawatan kulit untuk konsumen wanita saja, namun juga untuk pria dengan memperkenalkan produk MS Glow *Man Skincare*. Adapun jenis produk MS Glow yaitu seperti *Skincare*, *Bodycare*, *Spot Treatment*, dan *Cosmetic*. MS Glow sebagai *brand skincare* terlaris dengan pendapatan penjualan sebesar Rp600 miliar per bulan. Pada tahun 2022 Penjualan terbanyak MS Glow yaitu melalui *marketplace* shopee sebesar 84.1% (Kompas.co.id, 2022b). Ada beberapa alasan yang membuat MS Glow banyak diminati oleh konsumen, sehingga konsumen melakukan keputusan pembelian diantaranya MS Glow sudah memiliki ijin BPOM dari pemerintah Indonesia, sudah bersertifikat halal, pastinya sudah aman digunakan, memberikan hasil positif untuk kulit, dan harganya juga tidak terlalu mahal serta dapat dengan mudah ditemui di berbagai daerah. Selain itu

alasan konsumen memilih produk MS Glow yaitu karena selain bisa dibeli secara *online* MS Glow juga dapat dibeli secara *offline store*. Sehingga konsumen bisa melakukan konsultasi secara langsung mengenai keluhan yang dialami. Serta *brand* ini berada pada nomor urut ketiga dalam kategori *skincare* terlaris di Indonesia tahun 2022.

Dari penjelasan diatas, diskon dan gratis ongkir dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sarifatun Nisa, 2020), hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon dan gratis ongkir mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun menurut penelitian yang dilakukan oleh (Asih, 2022), mendapatkan hasil penelitian bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara diskon terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat diketahui bahwa terdapat gap indeks dan perbedaan hasil penelitian sebelumnya terkait keputusan pembelian. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti “Pengaruh diskon dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian produk MS Glow Pada *Marketplace* Shopee”. Adapun sasaran pada penelitian ini yaitu masyarakat umum.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah diskon dan gratis ongkir secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada *Marketplace* Shopee?
2. Apakah Diskon secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada *Marketplace* Shopee?
3. Apakah Gratis Ongkir secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada *Marketplace* Shopee?
4. Variabel apakah yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian produk MS Glow pada *marketplace* shopee?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh diskon dan gratis ongkir secara simultan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada *marketplace* shopee.
2. Menganalisis pengaruh diskon secara parsial terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada *marketplace* shopee
3. Menganalisis pengaruh gratis ongkir secara parsial terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada *marketplace* shopee
4. Menganalisis variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian produk MS Glow pada *marketplace* shopee.

1.4 Manfaat penelitian

Adapun kegunaan dan manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan sebagai sumber referensi yang dapat memberikan informasi teoritis dan empiris pada pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh keputusan pembelian menggunakan variable diskon dan gratis ongkir.

2. Manfaat Secara Praktis

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil suatu kebijakan atau keputusan khususnya dalam keputusan pembelian produk *skincare* MS Glow pada *marketplace* shopee.