

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semua aspek kehidupan tidak lepas dari teknologi, termasuk ekonomi. Perkembangan teknologi yang pesat sejak awal abad 20, menjadikan seluruh aspek manusia tidak lepas dari perkembangan teknologi itu sendiri. Dalam hal ini ekonomi, kaitan antara teknologi dan ekonomi merupakan hal yang sangat berkaitan, yang artinya kedua hal ini berkembang seiring perkembangan jaman. Perekonomian sebelum adanya teknologi masih mengharuskan kedua pihak pelaku ekonomi harus bertemu secara langsung agar dapat terlaksananya kegiatan ekonomi. Terjadi banyak kekurangan dari kegiatan yang mengharuskan kedua pelaku bertemu, salah satunya menghabiskan lebih banyak waktu ketika melakukan hal tersebut. Kehidupan manusia menjadi lebih mudah dan praktis akibat adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat (Angela, Veliana; E. Lidia Paramita; 2020)

Perkembangan teknologi telah memberikan dampak yang signifikan dalam banyak aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang komunikasi, transportasi, industri, kesehatan, dan banyak lagi. Seiring dengan kemajuan teknologi, manusia telah menciptakan banyak alat dan perangkat yang mempermudah dan mempercepat pekerjaan mereka. Misalnya, komputer dan internet telah mengubah cara kita berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Kemajuan di bidang transportasi, seperti mobil, kereta api, dan pesawat terbang, telah memungkinkan manusia untuk bepergian jauh dengan cepat dan mudah. Namun, perkembangan teknologi juga membawa dampak negatif, seperti masalah lingkungan dan masalah privasi. Oleh karena itu, perlu untuk mempertimbangkan dampak positif dan negatif dari perkembangan teknologi dan memastikan bahwa teknologi digunakan dengan bijak.

Dengan berkembangnya teknologi dalam hal ini internet, memudahkan semua hal yang terjadi dari kegiatan ekonomi, mulai dari rumah tangga produsen sampai ke rumah tangga konsumen. Banyak hal yang sangat berubah dari adanya

perkembangan teknologi dalam hal perekonomian, salah satunya adalah memangkas waktu dan memudahkan mencari hal yang dibutuhkan hanya melalui internet. Hal yang paling berpengaruh dengan adanya perkembangan teknologi dalam hal perekonomian adalah berubahnya struktur pasar. Sebelum adanya teknologi seperti sekarang, sistem pasar dahulu masih mempertemukan antara penjual dan pembeli. Dari transaksi sampai dengan penyerahan barang/jasa kepada konsumen, masih harus mempertemukan kedua belah pihak secara fisik.

Perkembangan teknologi berdampak besar terhadap pertumbuhan dan popularitas belanja online. Kemajuan teknologi telah memudahkan konsumen untuk mengakses produk dan jasa dari toko online dengan cepat dan mudah, dan mengubah cara orang berbelanja secara drastis. Belanja online adalah sebuah fenomena yang semakin populer di era digital ini. Dalam belanja online, seseorang dapat membeli barang atau jasa melalui internet dengan menggunakan perangkat komputer atau perangkat mobile. Ada banyak alasan mengapa orang memilih untuk berbelanja secara online, termasuk kemudahan dan kenyamanan, aksesibilitas, dan kemampuan untuk membandingkan harga dan produk dari berbagai toko online. Namun, seperti halnya dengan transaksi pembelian apapun, belanja online juga memiliki risiko, terutama terkait dengan keamanan data pribadi dan keuangan. Oleh karena itu, analisis belanja online menjadi penting untuk memahami tren, kecenderungan, dan keamanan dalam praktik belanja online.

Pavlou dan Gefen menyatakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Baskara dan Hariyadi (2014) bahwa kepercayaan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi pembelian online. Kepercayaan adalah faktor kunci dalam setiap transaksi online. Ketika konsumen memiliki kepercayaan, mereka lebih cenderung melakukan pembelian karena pembelian online sangat berbeda dengan pembelian tradisional. Dalam pembelian online, pembeli tidak dapat menyentuh bahan pakaian dan hanya dapat melihatnya melalui gambar yang tersedia di toko online.

Dalam analisis belanja online, akan diperhatikan beberapa hal, seperti jenis barang atau jasa yang dibeli secara online, metode pembayaran yang digunakan, toko online yang paling sering dikunjungi, dan keamanan dalam melakukan

transaksi online. Dengan memahami hal-hal tersebut, dapat membantu konsumen dan penjual dalam mengambil keputusan yang lebih baik dalam melakukan transaksi belanja online.

Selain itu, analisis belanja online juga dapat membantu meningkatkan pengalaman belanja online bagi konsumen dan mempromosikan pertumbuhan bisnis online bagi penjual. Secara keseluruhan, perilaku konsumsi masyarakat terhadap belanja online terus berkembang dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen yang berubah. Adanya kesadaran lebih tentang keamanan, lingkungan, dan pilihan produk yang lebih selektif telah mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara signifikan.

Kecenderungan untuk berbelanja secara online mengalami peningkatan yang signifikan terhadap masyarakat, terutama di provinsi Jambi. Kenaikan yang signifikan ini terjadi pada saat pandemic Covid-19, yang tidak hanya berdampak pada perekonomian nasional namun juga ke perekonomian regional. Ini dapat terjadi karena adanya pemberlakuan PPKM dapat diminimalisasi pada penggunaan gadget atau digital agar pertumbuhan ekonomi tetap dapat berjalan meski PPKM sedang berlangsung. Hal ini juga diakibatkan oleh banyaknya mall, toko, dan pusat perbelanjaan lainnya tutup, bukan karena adanya penurunan daya beli masyarakat namun perpindahan daya beli masyarakat dari tradisional ke online.

Lanjut dari data yang telah dipaparkan oleh BPS Kota Jambi, ada sebanyak 606.200 jiwa yang bertempat tinggal di kota Jambi dan tersebar di 11 kecamatan yang berbeda seperti dijelaskan tabel di bawah berikut.

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk per Kecamatan di Kota Jambi (2020)

Kecamatan	Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Jambi (Jiwa) 2020
Kota Baru	80062
Alam Barajo	108196
Jambi Selatan	56929
Paal Merah	105906
Jelutung	59442
Pasar Jambi	11193
Telanaipura	49212
Danau Sipin	43375
Danau Teluk	12822
Pelayangan	12939
Jambi Timur	66124
Jumlah	606200

Sumber: BPS Kota Jambi

Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa kecamatan Alam Barajo dan Paal Merah menjadi kecamatan yang paling banyak ditinggali oleh masyarakat kota Jambi dengan masing-masing 108.196 jiwa di kecamatan Alam Barajo dan 105.906 jiwa di kecamatan Paal Merah. Menurut BPS kota Jambi (2020), ada sebanyak 28.836 KK yang tercatat di kecamatan Paal Merah dan tersebar di 5 kelurahan.

Tabel 1.2 Rata – Rata Jumlah Penduduk, RumahTangga dan Rata – Rata per Kelurahan Di Kecamatan Pal Merah Kota Jambi

No	Kelurahan	Penduduk	RumahTangga	Rata-rata Jumlah Anggota RumahTangga (Orang)
1	Paal Merah	13.838	3.746	4
2	Talang Bakung	25.977	6.254	3
3	Lingkar Selatan	20.663	5.115	4
4	Eka Jaya	30.778	8.083	3
5	Payo Selincah	14.650	5.638	4
Jumlah Total		105.906	28.836	4

Sumber: SP2020, BPS Kota Jambi

Dari 3746 KK dan 13.838 jiwa yang tercatat di kelurahan Paal Merah, ada sebanyak 66 KK, 55 rumah dan 200 jiwa yang bertempat tinggal di Perumahan Angkasa Pura. Atas dasar dari data-data inilah yang menggugah perhatian penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul **Analisis Perilaku Konsumen Dalam BerBlanja Online di Kota Jambi. (Studi Kasus RumahTangga di Perumahan Angkasa Pura Jambi)**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi sosial dan ekonomi dari keluarga yang bertempat tinggal di Perumahan Angkasa Pura kota Jambi?
2. Bagaimana pengaruh pendapatan, harga dan iklan pada media sosial terhadap perilaku belanja online dari keluarga yang bertempat tinggal di Perumahan Angkasa Pura Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dapat diberikan penulis yang berkaitan dengan rumusan masalah yaitu:

1. Untuk menganalisis kondisi sosial dan ekonomi dari keluarga yang bertempat tinggal di Perumahan Angkasa Pura kota Jambi.

2. Untuk menghitung dan menganalisis pengaruh pendapatan, harga dan iklan pada media sosial terhadap perilaku belanja online dari keluarga yang bertempat tinggal di Perumahan Angkasa Pura Kota Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi akademisi, dijadikan referensi atau pengembangan ilmu pengetahuan mengenai pendapatan, iklan, frekuensi, harga dan sosial media terhadap perilaku konsumen belanja online masyarakat Perumahan Angkasa Pura.
2. Bagi praktisi, menjadi salah satu pertimbangan dalam hal melakukan kegiatan belanja online melalui pendapatan harga dan iklan.