

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin majunya teknologi di dunia maka semakin mudah untuk mengakses kebutuhan apapun yang sudah tersedia di media sosial, saat ini kita memasuki era digital, dimana berbagai aktivitas dapat dikendalikan dari mana saja, tetapi internet harus tersambung di perangkat kita seperti *smartphone*. Pada masa ini, digitalisasi dalam berbagai aspek kehidupan sudah menjadi hal yang sangat biasa dalam proses aktivitas sehari-hari. Perubahan ini juga berdampak secara langsung pada dunia bisnis di Indonesia, khususnya cara bertransaksi dan pembelian konvensional menjadi pembelian *online* menggunakan platform media sosial dan platform *E-commerce* di Indonesia.

Perkembangan *E-commerce* di Indonesia semakin pesat memiliki dampak positif baik bagi pebisnis, pelanggan maupun masyarakat. Usaha mikro kecil menengah yang biasa dikenal dengan istilah UMKM merupakan jantung perekonomian negara Indonesia karena UMKM berkontribusi cukup besar untuk Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia di setiap tahunnya. Di era globalisasi ini dengan kemajuan teknologi yang berkembang sangat pesat serta banyak platform *online* yang terus dikembangkan, UMKM harus dapat terus beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Selain itu tantangan global serta persaingan yang semakin tinggi membuat UMKM harus dapat terus meningkatkan inovasi produk dan jasa layanan yang diberikan, meningkatkan kualitas dari sumber daya manusia, memperluas daerah pemasaran yang dilakukan

untuk meningkatkan *brand awareness*, dan melanjutkan kolaborasi atau bermitra dengan banyak usaha lainnya untuk melakukan ekspansi.

Marketplace merupakan platform digital situs *E-commerce*, yang digunakan sebagai media pemasaran yang menghubungkan pelanggan dan vendor seluruh dunia secara mudah. Platform ini dimanfaatkan untuk operasional bisnis secara *online* menyediakan jasa transaksi jual beli produk dan juga jasa yang dilakukan melalui internet. Internet telah menjelma menjadi ruang dinamis untuk transaksi bisnis di dalam jaringan. *E-commerce* tidak hanya hadir untuk memenuhi kebutuhan perusahaan besar, tetapi juga individu serta UMKM. Di pasar *online* semua transaksi berlangsung di toko virtual dikelola oleh pemilik situs web. Dengan demikian para pengusaha, lewat toko virtual tersebut dapat membantunya membangun bisnis terjangkau secara global di era digital ini.

Harga dan kualitas merupakan hal terpenting setiap pelanggan memilih produk. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Harga merupakan elemen yang menghasilkan pendapatan dalam pemasaran. Setiap perubahan harga yang signifikan akan mempengaruhi kelangsungan model bisnis. Harga yang dipilih dengan baik harus mencapai tiga tujuan yaitu mencapai tujuan keuangan perusahaan (*profitabilitas*), sesuai dengan realitas pasar (pelanggan bersedia dan mampu membayar harga yang ditetapkan), mendukung daya saing produk di pasaran.

Selain itu, kualitas produk juga dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam membeli produk, karena kualitas produk yang baik akan memberikan

kepuasan pada pelanggan. Hal ini disebabkan oleh perilaku pelanggan yang selalu menginginkan produk yang terbaik dalam memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk yang baik akan memberikan kepercayaan kepada pelanggan kemudian menjadi motivasi pelanggan untuk membeli atau menikmati produk tersebut. Pentingnya kualitas produk memang akan memberikan pengaruh yang baik bagi pelaku usaha untuk kelangsungan jangka panjang produk.

Toko Chankir Labura yang awalnya melakukan penjualan konvensional harus terus menemukan ide baru untuk menaikkan penjualan. Agar dapat berkembang di era digital, para pelaku bisnis harus beradaptasi dengan beralih dari teknik pemasaran tradisional ke pemasaran digital, itulah sebabnya Toko Chankir Labura bertransformasi ke toko *online* juga di samping memperluas penjualan offline. Industri minuman akan sangat diuntungkan jika dapat memanfaatkan teknologi secara maksimal.

Berdasarkan uraian penulis tertarik untuk melakukan penulisan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *E-commerce*, harga dan kualitas produk terhadap peningkatan penjualan sehingga berdasarkan latar belakang tersebut penulisan ini dilaksanakan dengan judul : **“Pengaruh Strategi Penggunaan Platform *E-commerce*, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Peningkatan Penjualan Toko Chankir Labura Aek Kanopan”**.

B. Batasan dan Perumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Ruang lingkup penulisan yang dilakukan hanya pada penggunaan platform *E-commerce*, harga dan kualitas produk yang diambil sampel dari pelanggan di Toko Chankir Labura Kelurahan Aek Kanopan.

2. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan dalam penulisan ini adalah :

- a. Apakah strategi penggunaan platform *E-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan Toko Chankir Labura?
- b. Apakah harga produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan Toko Chankir Labura?
- c. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan Toko Chankir Labura?
- d. Berapa besar pengaruh *E-commerce*, harga dan kualitas produk terhadap peningkatan penjualan Toko Chankir Labura?

C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penulisan ini antara lain :

1. Untuk mengetahui strategi penggunaan platform *E-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan Toko Chankir Labura.
2. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap peningkatan penjualan Toko Chankir Labura.
3. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan Toko Chankir Labura.
4. Untuk mengetahui besar pengaruh *E-commerce*, harga dan kualitas produk terhadap peningkatan penjualan Toko Chankir Labura.

D. Manfaat Penulisan

Dalam penelitian ini, bagaimana sistem yang sudah dibuat bermanfaat bagi penulis, Universitas dan penggunaan yaitu sendiri. Adapun manfaat penulisannya sebagai berikut:

1. Bagi Penulis, untuk menambah wawasan dan pemahaman ilmu dengan menerapkan ilmu manajemen yang didapat pada saat perkuliahan berlangsung.
2. Bagi Almamater, untuk menambah koleksi referensi perpustakaan dan sebagai bahan kajian ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan manajemen.
3. Bagi Toko Chankir Labura, dengan adanya penulisan ini dapat memberikan masukan kepada pemilik toko bahwa *E-commerce*, harga dan kualitas produk berpengaruh untuk peningkatan penjualan yang lebih baik.