

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

“Sesungguhnya Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. QS. Al Baqarah 2/275.

Perkembangan teknologi internet yang saat ini berkembang dengan pesat. Saat ini, internet dapat diakses secara mudah dengan menggunakan telepon genggam tanpa menggunakan komputer. Dengan adanya internet yang sangat memudahkan pengguna untuk mencari informasi, aktivitas berkomunikasi dengan akses yang luas, dan mempercepat kegiatan berbisnis.

Perkembangan teknologi menciptakan banyak hal baru yang dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat. Sebagai contoh yaitu dalam kehidupan sehari-hari berdagang, bertransaksi, dan memasarkan barang pada konsumen. Pada zaman dahulu melakukan transaksi jual beli barang masih harus bertemu secara langsung dengan penjual dan pembeli untuk sebuah kesepakatan. Namun, saat ini kegiatan jual beli dilakukan dengan mudah tanpa memikirkan suatu hal seperti jarak, waktu, dan biaya, sehingga masalah seperti itu dapat diatasi dengan adanya internet. Dengan adanya perkembangan teknologi dapat menjadi peluang besar pada *marketplace* yang menjadi bagian dari *e-commerce*.

E-commerce adalah proses bisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan pelaku usaha, produsen, konsumen dan masyarakat umum dalam bentuk sistem perdagangan elektronik Sanjaya, (2021). E-commerce atau dikenal dengan jual beli *online* saat ini sangat digemari oleh kalangan masyarakat yang salah satunya yaitu aplikasi Shopee.

Shopee merupakan situs belanja dan lapak berjualan yang memberikan perlindungan privasi atas data pribadi konsumen sesuai dengan perjanjian yang telah ditanda tangani pada saat melakukan pengentrian data. Shopee juga memberikan kemudahan dalam bertransaksi pembelian barang dengan menyediakan metode pembayaran yang mudah yaitu metode COD (*Cash On Delivery*), *Shopee pay*, M-banking, alfamart/indomaret, atau dengan *Shopee later*. Adapun pengembalian barang atau refund yaitu barang yang cacat atau rusak pada saat sampai pada tangan konsumen, untuk waktu pengajuan pengembalian barang hanya 24 jam pengajuan setelah lewat 24 jam tidak bisa mengajukan pengembalian barang. Tidak hanya itu Shopee juga menyediakan ruang penilaian dan review terhadap barang yang dijual, sehingga konsumen dapat melihat penilaian barang yang akan dibeli. Transaksi *online* terjadi melalui jual beli dengan internet sehingga pembeli dan penjual tidak bertatap muka. Semakin mudah melakukan transaksi maka akan mempengaruhi opini masyarakat dalam banyaknya kasus kejahatan *online* seperti peretasan kartu kredit, transaksi ilegal, penipuan Luna dan Sudarusman, (2022).

Berikut ini adalah data sekunder yang dapat memperkuat penelitian ini bahwa sebagian besar masyarakat menggunakan aplikasi Shopee dalam kegiatan jual beli *online*. Sehingga aplikasi Shopee masuk dalam *Top Brand Index* 2023 dengan kategori jual beli *online*.

Tabel 1.1
Top Brand Index Situs Jual Beli Online 1

Brand	Top Brand Index
Shopee.co.id	45.80%
Lazada.co.id	15.10%
Tokopedia.com	11.30%
Bibli.com	10.60%
Bukalapak	4.70%

Sumber: *Top Brand Award*, (2023)

Dari data *Top Brand Index* diatas dapat dilihat bahwa tahun 2023 ini Shopee memasuki kategori jual beli *online* pada urutan pertama brand Shopee.co.id dengan *Top Brand Index* 45.80% dengan nilai tertinggi dibandingkan Lazada, Tokopedia, Bibli, dan Bukalapak. Dan dilihat pada tahun sebelumnya *Top Brand Index* Shopee menduduki urutan pertama, sehingga disimpulkan bahwa setiap tahunnya Shopee mengalami kenaikan *Top Brand Index*.

Luna dan Sudarusman, (2022) mengemukakan persepsi adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hal hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata. Hal ini merupakan dapat menjadi masalah yang selalu dihadapi konsumen dengan menciptakan dalam kondisi yang tidak pasti contohnya ketika konsumen dapat menentukan pembelian barang baru.

Risiko dalam berbelanja *online* di aplikasi Shopee dapat dirasakan ketika adanya kegagalan dalam pembelian barang di aplikasi Shopee dan dapat dilihat pada saat barang yang di beli datang dan tidak sesuai dengan gambar produk atau barang sudah di pesan di dalam aplikasi shopee tersebut. Terdapat lapak yang tidak sesuai pada kriteria konsumen dan dapat merugikan pembelian dalam transaksi pada aplikasi Shopee.

Kepercayaan pelanggan dapat ditentukan berdasarkan sikap pelanggan terhadap produk yang dibeli dan minat pembelian ulangnya. Kepercayaan juga muncul dengan diperolehnya informasi dalam jumlah besar seperti, promosi dan ulasan produk membantu konsumen tetap mendapat informasi, dapat dipercaya, dan membuat keputusan pembelian Aningtyas, (2022). Menjaga kepercayaan konsumen dalam jual beli sangatlah penting agar konsumen berniat melakukan pembelian di aplikasi Shopee.

Menurut Hasanuddin, (2011) dalam Nasution, (2019) faktor keamanan masih menjadi kendala utama. Secara umum, istilah keamanan mengacu pada kemampuan melindungi diri dari potensi ancaman. Namun dalam lingkungan *online*, keamanan diartikan sebagai kemampuan situs bisnis *online* untuk melindungi informasi konsumen dan data transaksi keuangan dari pencurian selama terjadi hubungan diantara mereka. Keamanan dalam jual beli Shopee sudah terjamin keamanan di dalam *e-commerce* tersebut.

Minat beli ulang merupakan suatu aktivitas Dimana konsumen telah melakukan satu kali atau lebih pembelian dan kemudian ingin membeli produk tersebut lagi. Menurut Hasan, (2013) pada dasarnya minat beli merupakan perilaku seseorang yang disebabkan oleh perilaku masa lalu (pengalaman konsumsi) dan secara langsung mempengaruhi minat beli ulang di masa depan.

Penelitian ini bersumber dari penelitian sebelumnya yaitu penelitian Yunita et al., (2019) dengan penelitian berjudul Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* di Buka Lapak. Perbedaan dari penelitian ini yaitu dengan mengganti variabel dependen dan objek yang diteliti yaitu keputusan pembelian menjadi minat beli ulang, sedangkan objeknya yaitu dari buka lapak menjadi Shopee.

Berdasarkan fenomena yang ada, pertumbuhan penggunaan internet akan menjadi peluang yang besar bagi perusahaan dalam menjalani bisnis *online*. Aplikasi Shopee, misalnya yang menjadi situs jual beli *online* yang cukup besar di Indonesia. Meskipun Shopee berada di urutan pertama dan memiliki jumlah pengunjung yang banyak, tetapi aplikasi Shopee masih memiliki perbaikan pada setiap pelayanannya dari segi persepsi risiko yang tinggi, kepercayaan pada konsumen, dan keamanan saat bertransaksi online. Dilihat dari data yang menunjukkan semakin meningkat kesadaran pengguna internet saat ini yang cenderung pengguna akan lebih memilih situs jual beli yang menawarkan keamanan pada saat transaksi. Karena situs jual beli mengandung risiko seperti yang terjadi saat ini barang yang hanya

spesifikasi dan gambar yang tidak bisa menjamin kebenarannya. Dalam melakukan belanja *online*, konsumen bukan hanya melihat harga ataupun merk produk tetapi persepsi risiko, kepercayaan, dan keamanan yang dirasakan oleh konsumen di Kota Yogyakarta saat melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Maka dengan melihat fenomena yang terjadi saat ini, peneliti berkeinginan untuk penelitian dengan judul **“Analisis Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Shopee Di Kota Yogyakarta”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat beli ulang pada aplikasi Shopee di Kota Yogyakarta?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang pada aplikasi Shopee di Kota Yogyakarta?
3. Apakah keamanan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang pada aplikasi Shopee di Kota Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh negatif persepsi risiko terhadap minat beli ulang pada aplikasi Shopee di Kota Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif kepercayaan terhadap minat beli ulang pada aplikasi Shopee di Kota Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif keamanan terhadap minat beli ulang pada aplikasi di Kota Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi akademis penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dalam informasi pada topik yang akan di teliti yaitu Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Shopee di Kota Yogyakarta.
2. Bagi praktisi, penelitian ini berguna sebagai media untuk memperluas wawasan dalam pengetahuan tentang topik Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Shopee di Kota Yogyakarta.