

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat termasuk internet ternyata memberi dampak yang begitu besar bagi seluruh aspek yang ada. Pemanfaatannya sudah lebih jauh, bukan hanya untuk berkomunikasi tetapi juga membeli barang, memesan transportasi, memesan makanan, hingga berbisnis dan berkarya. Dengan demikian perkembangan internet sangat pesat tidak terkecuali perkembangan pada dunia bisnis dan pemasaran. Dengan berkembangnya teknologi yang cepat membuat banyak orang menggunakan teknologi itu untuk melakukan transaksi jual beli menggunakan internet. Dan tidak sedikit penjual yang memanfaatkan media internet sebagai media promo salah satunya dengan pemasaran *online*.

Salah satu media komunikasi elektronik yang paling banyak digunakan toko *online* untuk mempromosikan produk mereka salah satunya melalui media sosial. Dengan adanya media sosial dapat memudahkan para penjual melakukan usahanya dengan mudah dan cepat. Dan memudahkan para pembeli tanpa mengunjungi langsung tempat penjualan tersebut. Pertumbuhan internet didorong oleh semakin banyak penggunaannya, perubahan dramatis dalam bidang teknologi telah merubah cara hidup masyarakat terutama dalam hal berbelanja yang disebut belanja *online*.

Seiring dengan terjadinya perubahan perekonomian dan globalisasi, membuat perubahan dalam perilaku berbelanja pada masyarakat. Keputusan belanja secara *online* sangatlah populer dikalangan masyarakat. Karena keputusan pembelian secara *online* lebih praktis, bisa memilih sesuai selera, menghemat biaya dan lebih lengkap barang yang dijual dibanding toko yang ada di pasaran atau supermarket dan lain sebagainya.

Belanja secara *online* memiliki beberapa keunggulan yang dapat

dirasakan bagi penggunaanya seperti tidak perlu keluar rumah ataupun pergi ketempat belanja, yang dibutuhkan hanyalah memesan barang tersebut kemudian barang tersebut akan diantarkan kerumah. Selanjutnya keunggulan yang dirasakan adalah hemat waktu dalam membeli dan hemat bahan bakar untuk berputar-putar dalam hal berbelanja, konsumen juga dapat berbelanja dalam waktu 24 jam, hal inilah yang menguntungkan konsumen dalam menentukan waktu kapan konsumen akan melakukan aktivitas belanja *online*. Namun, di tengah pesatnya perkembangan *trend* belanja *online*, konsumen masih dihadapkan pada berbagai risiko yang dianggap dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Resiko sebagai ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa. Pengertian lain menjelaskan bahwa resiko adalah kondisi dimana terdapat kemungkinan keuntungan/kerugian ekonomi atau finansial, kerusakan atau cedera fisik, keterlambatan, sebagai konsekuensi ketidakpastian selama dilaksanakannya suatu kegiatan.

Berbagai permasalahan yang sering dijumpai oleh konsumen dalam berbelanja dengan menggunakan situs jualan *online* antara lain adalah tingkat kepercayaan konsumen yang kurang serta keamanan dalam berbelanja online yang dirasa juga kurang, kepercayaan terhadap tindakan penipuan atas barang yang dibeli tidak sesuai seperti pada keterangan dari penjualan atau misalnya jika konsumen sudah melakukan transfer sejumlah uang untuk membeli barang tersebut akan tetapi barang tersebut tidak dikirimkan, serta keamanan akan barang sampai dengan selamat atau tidaknya. Ini semua menjadi faktor yang masih dipermasalahkan oleh konsumen yang ingin berbelanja barang secara *online*.

Dalam masyarakat saat ini, khususnya di Kota Bengkalis di era yang *modern* ini, faktor kepercayaan dan keamanan konsumen dalam berbelanja menjadi hal yang harus diperhatikan, dimana akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk. Risiko-risiko yang akan mungkin timbul dalam pembelian secara *online* tentu saja akan mempengaruhi para konsumen dalam tingkat kepercayaan dan keputusan pembelian. Semakin tinggi tingkat

risiko yang mungkin terjadi menurunkan kepercayaan konsumen dalam pembelian secara *online*.

Berdasarkan pemaparan dan uraian latar belakang masalah tersebut, maka penelitian ini dilakukan dengan judul “Pengaruh Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* (Studi Kasus Pada Masyarakat Bengkulu)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian yaitu: bagaimana pengaruh risiko terhadap keputusan pembelian secara *online* pada masyarakat Bengkulu?

1.3 Tujuan Penelitian

Judul Proposal Skripsi ini adalah Pengaruh Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* (Studi Kasus Pada Masyarakat Bengkulu). Adapun tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Untuk Menganalisis bagaimana risiko pembelian secara *online* pada masyarakat Bengkulu.
2. Untuk menganalisis bagaimana keputusan pembelian secara secara *online* pada masyarakat Bengkulu.
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh risiko terhadap keputusan pembelian secara *online* pada masyarakat Bengkulu.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini maka manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat penelitian bagi penulis

Adapun manfaat bagi penulis adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi jawaban atas permasalahan yang ingin di ketahui dan bisa memberikan tambahan pengetahuan serta sebagai implementasi atas teori yang telah didapat

pada perkuliahan.

2. Penulis dapat meneliti pengaruh risiko terhadap keputusan pembelian secara *online* (Studi Kasus Pada Masyarakat Bengkulu).

1.4.2 Manfaat penelitian bagi perusahaan

Adapun manfaat bagi perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Dapat memberikan bukti empiris tentang pengaruh risiko terhadap keputusan pembelian secara online pada masyarakat Bengkulu
2. Dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan dan pengetahuan untuk perkembangan dan kemajuan di dunia perusahaan.
3. Hasil Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dan masukan bagi perusahaan.

1.4.3 Manfaat bagi pihak lain

Adapun manfaat penelitian bagi perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Dapat digunakan sebagai masukan bagi pembeli belanja *online* dalam rangka menjaga dan meningkatkan kepuasan pembelian.
2. Sebagai bahan evaluasi bagi para pembeli online sehingga lebih hati-hati lagi dalam pembelian secara *online*.
3. Diharapkan dapat membuat masyarakat lebih pintar memilih dalam pembelian secara *online*.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan laporan skripsi sebagai berikut:

Bab 1: PENDAHULUAN

Dalam bab ini merupakan bagian pendahuluan, disini penulis akan mengemukakan tentang permasalahan yang di hadapi perusahaan yang terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian serta manfaat penelitian

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka merupakan suatu landasan dalam membahas suatu permasalahan. Bab ini menguraikan penjelasan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori yang relevan terkait dengan penelitian tugas akhir ini, yaitu pengaruh risiko terhadap keputusan pembelian secara online.

BAB 3: METODELOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan penjelasan mengenai lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, Teknik pengambilan sampel, Teknik pengumpulan data, metode analisis dan jenis penelitian.

BAB 4: HASIL PENELITIAN

Bab ini menguraikan penjelasan mengenai hasil dan pembahasan penelitian. Hasil penelitian tugas akhir berisikan data, yaitu untuk mengetahui pengaruh risiko terhadap keputusan pembelian secara online.

BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir, yang menguraikan penjelasan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan memberikan saran agar lebih baik.