

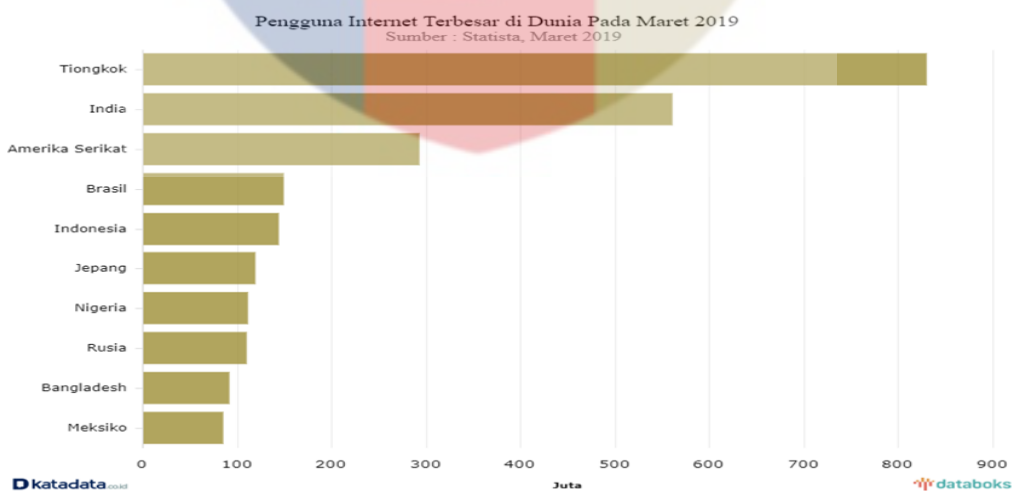
# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Saat ini telah terjadi pergeseran pola hidup yang semakin maju pada masyarakat modern salah satunya di Jakarta. Pola hidup yang semula dari orang membeli barang di pertokoan bersama dengan keluarga di rumah, atau yang berpergian ke mall bersama keluarga atau rekan kerja untuk menikmati berbelanja kebutuhan primer. Sedangkan sekarang banyak sekali bermunculan aplikasi online shop yang saat ini marak di sebut sebagai Shopee. Pembeli atau peminat Shopee pada umumnya merupakan kalangan anak remaja yang berusia sekitar 15-35 tahun.

Hal ini dibuktikan dengan tingkat pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia. Berdasarkan APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), Jumlah populasi Indonesia sebanyak 264 juta jiwa penduduk dan jumlah pengguna internet di Indonesia pada saat ini mencapai 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah menggunakan internet. Berdasarkan Databoks, Indonesia mencapai peringkat kelima di dunia dalam penggunaan internet terbesar pada bulan Maret 2019 dari 10 negara, pengguna internet sebanyak 143,26 juta jiwa per Maret 2019. Indonesia dengan Brasil memiliki selisih tipis sebesar 5,8 juta, Brasil yang memiliki pengguna internet sebesar 149,06 juta jiwa.

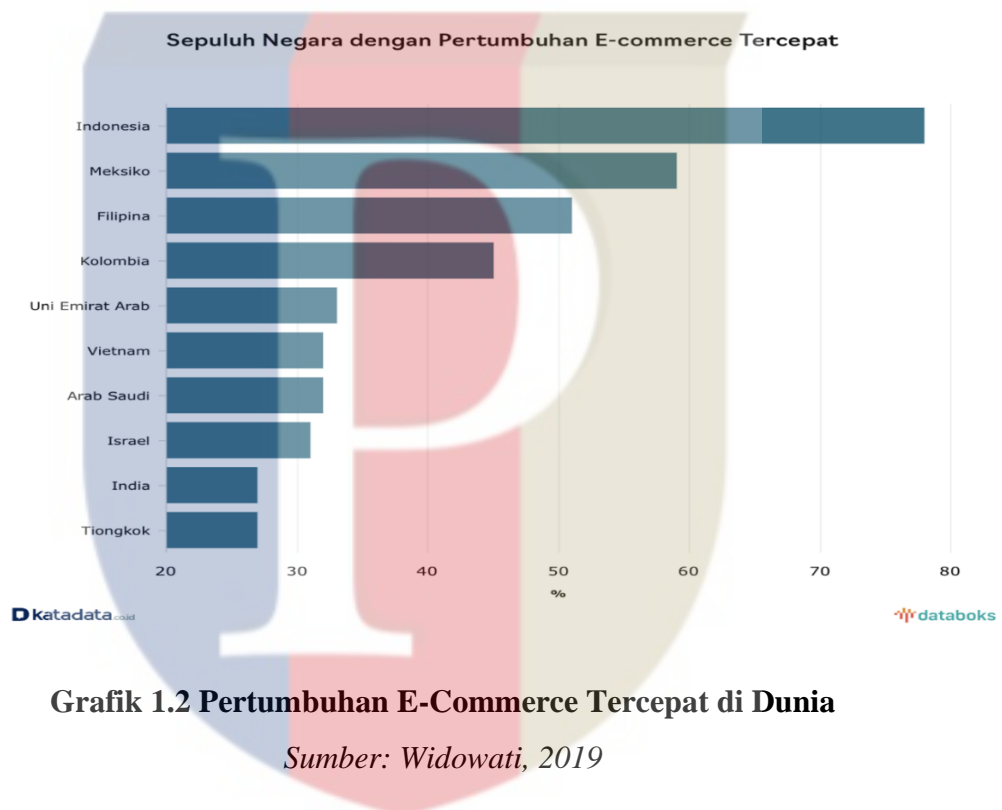


**Grafik 1.1 Pengguna Internet Terbesar di Dunia Pada Maret 2019**

*Sumber: Statista, Maret 2019*

Hal ini ditunjukkan dengan grafik sepuluh negara yang pertumbuhan e-commerce nya tercepat di dunia. Berdasarkan Databoks Indonesia pada saat ini menduduki peringkat pertama dari sepuluh negara dengan pertumbuhan e-commerce tercepat sebesar 78% pada tahun 2018. Dengan jumlah pengguna Internet di Indonesia sebesar 171,17 juta jiwa pada bulan maret 2019 pengguna internet ini menjadi salah satu kekuatan yang mendorong pertumbuhan e-commerce untuk dapat melanjutkan bisnisnya lebih mendalam lagi.

## Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia



**Grafik 1.2 Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia**

Berdasarkan Databoks, menurut grafik transaksi e-commerce dibawah ini Indonesia naik 500% dalam 5 tahun dari tahun 2014-2018. Transaksi e-commerce di Indonesia di tahun 2014 mencapai sebesar Rp 25,1 triliun, di tahun 2015 mencapai sebesar Rp 42,5 triliun, di tahun 2016 mencapai sebesar Rp 69,8 triliun, di tahun 2017 mencapai sebesar Rp 108,4 triliun, dan di tahun 2018 mencapai sebesar Rp 144,1 triliun yang setiap tahunnya naik, dengan kurs rupiah Rp 13.200 per dollar Amerika.



**Grafik 1.3 Transaksi E-Commerce Indonesia (2014-2018)**

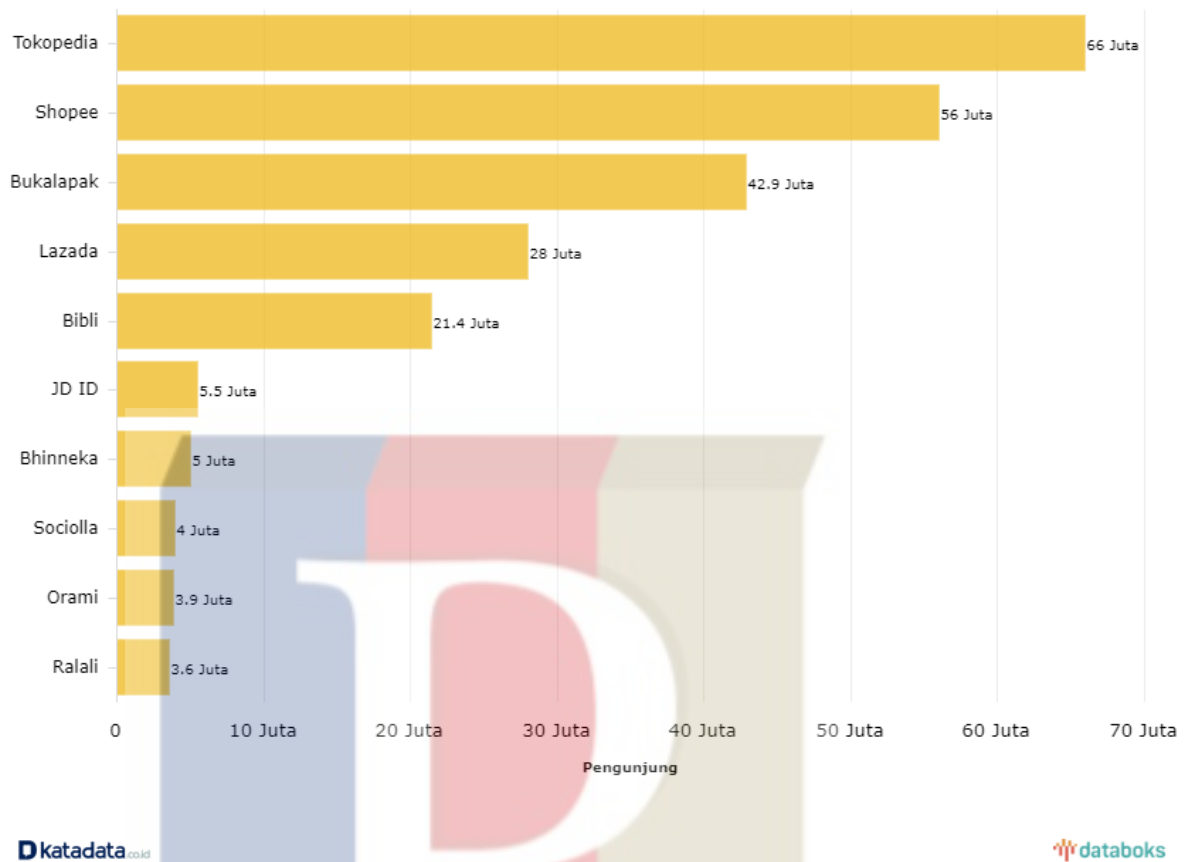
*Sumber: Statista, 2016*

Di Indonesia terdapat beberapa aplikasi e-commerce diantaranya Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli.com, JD.Id, Zalora, Zilingo, Sale Stock Indonesia, Elevenia, ILotte.

Pada tahun 2015, Shopee pertama kali dibangun di negara Singapura. Setelah itu Shopee pusat memperluas peredaran ke negara ASEAN. Yang membuat aplikasi Shopee bernama Chris Feng. Menurut databoks E-commerce dengan pengunjung terbesar di Indonesia pada tahun 2019 adalah untuk pengunjung terbesar peringkat pertama adalah Tokopedia, total pengunjung web dalam perbulannya di Tokopedia sebesar 66 juta pengunjung yang melihat web Tokopedia. Untuk peringkat kedua adalah Shopee, total pengunjung web per bulannya di Shopee sebesar 56 juta pengunjung, dan peringkat selanjutnya diisi oleh Bukalapak dengan total pengunjung web per bulannya sebesar 43 juta pengunjung. Jika berdasarkan peringkat di aplikasi Appstore dan Playstore, Shopee memimpin di peringkat pertama mengalahkan tokopedia, untuk di aplikasi Appstore Tokopedia di peringkat kedua.

### E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019

Sumber : iPrice, 2019



**Grafik 1.4 E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019**

Sumber: iPrice, 2019

Ada salah satu gerai *Departement Store* di Indonesia yang sudah mulai ditutup satu per satu, yaitu: Matahari *Departement Store*. Matahari *Departement Store* telah menutup 3 gerai di Pasaraya Blok M, Manggarai, dan Mall Taman Anggrek. Penutupan di gerai dilakukan oleh PT Matahari Department Store Tbk ini diperkirakan salah satunya adalah lesunya penjualan ritelnya, selain itu kinerja keuangannya dikabarkan sudah mulai menurun seperempat lebih dari omset sebelumnya.

Menurut Fitriya (2017), Faktor-faktor yang menyebabkan Department Store tutup, sebagai berikut:

1. Perubahan Gaya Hidup ke Konsumsi Leisure

Pada saat ini transaksi penjualan ritel offline lebih besar ketimbang ritel online. Penjualan ritel memang mengalami penurunan yang menyebabkan lesunya sektor ritel semakin banyaknya konsumen yang membeli barang di ritel online. Hal ini tidak lepas dari pengaruh perubahan perilaku konsumen gaya hidup pada zaman yang semakin canggih ini millennial banyak memengaruhi sektor ritel, mereka cenderung lebih memilih menahan berbelanja dan menggunakan untuk konsumsi mengisi waktu luang atau *lifestyle* untuk traveling, mengeksplor tempat-tempat wisata, baik dalam maupun luar negeri hingga mengeksplor makanan dan tempat nongkrong.

2. Perubahan Prioritas dari konsumsi ke investasi

Selain mengubah pola konsumsi dari sekedar belanja barang-barang ritel, para millennial juga sudah memiliki skala prioritas dalam hidupnya. Kesadaran akan investasi sudah mulai merambah kehidupan para millennial dewasa ini. Para millennial sadar pentingnya investasi. Menempatkan dananya di investasi seperti property, logam mulia dengan suatu harapan mendapatkan keuntungan di masa depan. Investasi merupakan penanaman modal bagi para millennial dewasa kedepannya.

3. Daya beli melemah

“Meski bukan menjadi penyebab utama, pelemahan daya beli masyarakat juga turut andil terhadap lesunya sektor ritel di Indonesia. Sebab jumlah kelas menengah-bawah (mereka yang pendapatannya pas-pasan hingga rentan miskin dan yang miskin) sangat banyak mencapai sekitar 170-an juta orang, dari total penduduk 261 juta pada statistik 2016. Data Badan Pusat Statistik (BPS) pun mencatatkan penduduk miskin per Maret 2017 sekitar 27,7 juta jiwa. Sedangkan orang yang berada di garis atau di bawah garis kemiskinan itu hampir 70% pendapatannya untuk konsumsi makanan. BPS mengakui ada perlambatan daya beli masyarakat. Ini tercermin dari konsumsi masyarakat (terdiri dari belanja barang, sandang, pangan, dan

papan/rumah), yang biasanya mampu tumbuh di atas 5%, di kuartal ketiga tahun 2017 hanya mampu tumbuh di sekitar 4,9%”.

#### 4. Perlambatan ekonomi

Perekonomian domestik dalam 5 tahun terakhir mengalami perlambatan seiring berjalannya waktu, yang merupakan dampak dari pelemahan ekonomi global. Sehingga para pengusaha menjatuhkan harga-harga barang dagangan utama didunia, seperti kelapa sawit, batubara, dan lainnya, yang merupakan ekspor utama Indonesia.

#### 5. Pergeseran dari belanja *offline* ke belanja *online*

Beberapa faktor lain dari penutupan gerai ritel juga diakui oleh pelaku bisnis sebagai bentuk pengaruh berkembangnya zaman, karena semakin majunya perkembangan teknologi dan perubahan gaya berbelanja melalui ritel *online*. Perubahan cara berbelanja pada saat ini sudah mulai beralih ke ritel *online* yang sebelumnya konsumen berbelanja di pasar tradisional atau modern sekarang beralih ke berbelanja *online*. Saat ini berbelanja *online* sudah mulai menggeser belanja *offline* dan beberapa ritel *offline* sudah mulai tutup, karena konsumen sudah mulai beralih berbelanja ke *online*.

Menurut Rezkisari (2020), munculnya fenomena berbelanja *online* pada zaman sekarang dikalangan masyarakat serta ketatnya persaingan bisnis pada zaman sekarang membuat beberapa tahun belakangan sejumlah jenama besar di dunia ritel tutup, karena tidak sanggup bertahan dan akhirnya tutup. Salah satu ritel ternama yang akan tutup adalah penyedia kebutuhan dan peralatan anak dan bayi, yaitu Mothercare setelah hampir 60 tahun akhirnya terpaksa di tutup, karena persaingan bisnis yang semakin besar membuat mothercare harus menutup 79 toko dan harus memberhentikan pegawainya sekitar 2.500 pegawai. Penutupan mothercare untuk 79 toko akan resmi dilakukan pada tanggal 19 Januari 2020, beberapa toko di mothercare sudah tutup, hanya tersisa 37 toko yang masih melayani pelanggan dan memberikan diskon besar-besaran mencapai 70 % diskon tersebut sudah di mulai sejak Desember 2019. Pada tahun 2018 Mothercare sempat melakukan pinjaman demi mempertahankan 50 toko dan 800 pegawai. Pada tahun 2019 Mothercare memutuskan untuk menyerah, karena penjualan menurun drastis

dan tidak mampu bertahan. Saat ini di situs Motehrcare memberikan informasi yang menyatakan tidak lagi beroperasi.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini berjudul Analisis Minat Beli Generasi Millennial Dalam Berbelanja Secara *Online* dan Konvensional Studi Kasus: Shopee dan Transmart.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat menjadi pijakan dalam penelitian ini identifikasi masalah adalah:

1. Belum diketahuinya faktor dominan dari minat beli secara online.
2. Belum diketahuinya faktor dominan dari minat beli secara konvensional.
3. Belum diketahuinya minat pembelian yang dominan secara online atau konvensional.

### **1.2.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, maka penulis dapat membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Faktor apakah yang paling dominan dari minat beli secara online?
2. Faktor apakah yang paling dominan dari minat beli secara konvensional?
3. Bagaimana minat pembelian yang paling dominan apakah secara online atau konvensional?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah, maka penulis dapat menyimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor dominan dari minat beli secara online.
2. Untuk mengetahui faktor dominan dari minat beli secara konvensional.
3. Untuk mengetahui minat pembelian yang dominan secara online atau konvensional.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dicapai, penelitian diharapkan mempunyai manfaat bagi berbagai pihak yang bersangkutan atas pembuatan tugas akhir ini diantaranya:.,

### 1. Bagi Penulis

Menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman langsung bagi penulis untuk menyelesaikan karya tulis ini berdasarkan tugas akhir penulis tentang analisis preferensi Generasi Milenial dalam berbelanja secara online ataupun konvensional. Studi kasus: Shopee dan Transmart.

### 2. Bagi Industri

Memberikan nilai-nilai yang terbaik bagi perusahaannya baik dari segi kualitas, layanan, agar mengurangi hal yang kurang baik bagi perusahaannya, dan mempertahankan atau meningkatkan kualitas perusahaan agar lebih baik lagi.

### 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Menambah pemikiran bagi para penelitian selanjutnya untuk melakukan pengembangan ilmiah atau bahan kajian lebih lanjut yang menyangkut faktor-faktor mempengaruhi konsumen dalam melakukan minat beli online dan konvensional di situs jejaringan sosial maupun dalam berbelanja langsung dengan memasukkan faktor-faktor yang belum ada di hasil karya penulis.