

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perindustrian saat ini sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat dengan persaingan yang sangat ketat. Perkembangan berbagai industri dituntut untuk dapat mengembangkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing untuk dapat berkompetisi dalam pasar lokal, nasional dan internasional. Industri pada era sekarang merupakan suatu tantangan yang sangat kompetitif bagi pelaku industri atau pelaku usaha. Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia tidak lepas dari tingkat konsumsi masyarakatnya.

Pemasaran (*marketing*) adalah usaha mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen dan menjelmakannya sehingga menjadi produk dan jasa (Nur et al., 2016:1) . Usaha tersebut bertujuan memberikan kepuasan kepada semua pihak yang berhubungan dengan perusahaan. Selain itu pemasaran juga didefinisikan sebagai pengerahan sesuatu yang dibutuhkan oleh para konsumen dengan cara pertukaran. Dengan kata lain pemasaran merupakan suatu kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha memuaskan keinginan dan kebutuhan manusia melalui proses pertukaran.

Secara umum, menurut (Nur et al., 2016:131) *e-commerce is a dynamic set of technologies, application, and business process that link enterprises, consumers, and communities through electronic transactions and exchange of goods, services, and information*. Jadi, *e-commerce* merupakan suatu himpunan yang dinamis dari

teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, serta masyarakat melalui transaksi elektronik dan pertukaran (perdagangan) barang, layanan, serta informasi.

Menurut (Hanif, 2021:38) menjelaskan bahwa desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Pada dasarnya desain merupakan pola rancangan yang menjadi dasar pembuatan suatu benda.

Menurut (Latte & Manan, 2022:39) keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan membeli atau tidak, (5) perilaku pasca pembelian.

Pertumbuhan teknologi informasi yang sangat pesat telah menciptakan peluang bisnis baru. Peluang bisnis yang dimaksud adalah adanya sistem perdagangan dengan menggunakan media internet. Penggunaan internet untuk aktivitas transaksi bisnis dikenal dengan istilah *electronic commerce (e-commerce)* Ramadhan, 2019 dalam (Utama & Komalasari, 2023:27). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya dalam bidang *e-commerce*, telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan produk dan jasa. Di Indonesia, penggunaan *platform e-commerce* semakin meningkat pesat seiring dengan kemudahan akses internet dan perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih memilih berbelanja secara *online*. Fenomena ini juga berimbas pada berbagai sektor bisnis, termasuk usaha kecil dan menengah (UKM) yang mulai memanfaatkan *e-commerce* sebagai

sarana promosi dan penjualan produk mereka. Keripik Dona Baturaja, sebagai salah satu produk lokal, turut hadir dalam *trend* ini dengan memasarkan produknya melalui *platform e-commerce*.

Selain itu, dalam pemasaran produk, tidak hanya kemudahan akses melalui *e-commerce* yang memengaruhi keputusan konsumen, tetapi juga desain produk. Desain produk meliputi berbagai aspek seperti kemasan, warna, logo, dan bentuk yang mampu menarik perhatian konsumen serta menciptakan daya tarik emosional. Kemasan yang menarik serta desain yang kreatif mampu meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap kualitas produk dan mendorong keputusan pembelian. Oleh karena itu, produk seperti keripik Dona Baturaja perlu mempertimbangkan desain produk yang tidak hanya fungsional tetapi juga estetik guna bersaing di pasar yang kompetitif.

Keripik Dona Baturaja adalah usaha lokal yang berasal dari Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu Provinsi Sumatera Selatan. Keripik Dona merupakan produk olahan dari singkong yang diproduksi oleh Ibu Dona sejak tahun 2014. Keripik singkong Dona memiliki beberapa varian rasa seperti original, pedas cabai merah dan pedas cabai hijau. Keripik Dona telah dipasarkan di berbagai daerah di Sumatera Selatan bahkan sampai di luar Provinsi.

Berikut beberapa jenis produk yang dijual oleh Owner Keripik Dona Baturaja di *marketplace shopee*:

Tabel 1.1
Jenis produk keripik dona

No.	Nama Produk	Harga Produk
1.	Keripik singkong pedas cabai merah khas padang sensasi daun kunyit	Rp. 17.000,-/pcs
2.	Keripik singkong pedas daun kunyit dan udang rebon khas padang, 250gr	Rp. 18.000,-/pcs
3.	Keripik singkong pedas cabai hijau	Rp. 17.000,-/pcs
4.	Keripik singkong original gurih mix daun kunyit dan ebi	Rp. 17.000,-/pcs
5.	Keripik pisang kepok	Rp. 16.000,-/pcs
6.	Akar kelapa wijen 500gr	Rp. 40.000,-/pcs
7.	Kacang tojin 500gr	Rp. 45.000,-/pcs
8.	Kacang tojin/bawang	Rp. 12.000,-/pcs
9.	Seblak cuanki instan	Rp. 19.500,-/pcs
10.	Kerupuk seblak pedas kering	Rp. 15.0000,-/pcs
11.	Gula semut aren varian jahe merah, 400 gr	Rp. 27.000,-/pcs

Berdasarkan hasil prapenelitian tabel 1.2 dapat dilihat secara lengkap pada lampiran yang dilakukan di Keripik Dona Baturaja, ditemukan fenomena mengenai *e-commerce*. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil kuesioner yang tersebar pada variabel *e-commerce* terdapat pada indikator pelayanan memiliki nilai 86,7% dengan jawaban Ya yang menyebut bahwa konsumen pernah mengalami masalah dalam transaksi (seperti pembayaran atau produk cacat), dan nilai 93,3% dengan jawaban Ya yang menyebut bahwa konsumen pernah mengalami masalah atau kendala dalam kecepatan pengiriman produk.

Berdasarkan hasil prapenelitian tabel 1.3 dapat dilihat secara lengkap pada lampiran yang dilakukan di Keripik Dona Baturaja, ditemukan fenomena mengenai Desain Produk. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil kuesioner yang tersebar pada

variabel Desain Produk terdapat pada indikator warna produk memiliki nilai 83,3% dengan jawaban Tidak yang menyebut bahwa warna produk yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan gambar yang ditampilkan di *platform e-commerce*, dan nilai 80% dengan jawaban Tidak yang menyebut bahwa warna produk Keripik Dona Baturaja tidak sesuai dengan harapan dan ekspektasi konsumen.

Fenomena variabel Keputusan Pembelian dalam konteks Pengaruh *E-commerce* dan Desain Produk mencakup bagaimana kedua faktor ini mempengaruhi perilaku konsumen. *E-commerce* memberikan kemudahan akses dan variasi produk, sementara desain produk yang menarik dapat meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen. Fenomena ini menunjukkan bahwa baik *e-commerce* maupun desain produk memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan fenomena dari uraian yang telah dipaparkan diatas dapat dijadikan suatu permasalahan penelitian pengaruh *e-commerce* dan desain produk terhadap keputusan pembelian produk. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dengan mengambil judul “**Pengaruh *E-Commerce* dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Keripik Dona Baturaja (*Studi Kasus pada Penjualan di Aplikasi Shopee*)**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada Pengaruh *E-Commerce* dan Desain Produk

Terhadap Keputusan Pembelian Pada Keripik Dona Baturaja (*Studi Kasus pada Penjualan di Aplikasi Shopee*) baik secara parsial maupun simultan?

1.3. Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *E-Commerce* dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Keripik Dona Baturaja (*Studi Kasus pada Penjualan di Aplikasi Shopee*) baik secara parsial maupun simultan.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang luas antara lain :

a. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan pengalaman sehingga dapat memudahkan peneliti dalam memahami Pengaruh *E-Commerce* dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Keripik Dona Baturaja (*Studi Kasus pada Penjualan di Aplikasi Shopee*).

b. Bagi Universitas dan Peneliti Selanjutnya

Dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan bahan penelitian untuk menambah literature tentang Pengaruh *E-Commerce* dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Keripik Dona Baturaja (*Studi Kasus pada Penjualan di Aplikasi Shopee*).

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadu acuan dan masukan mengenai Pengaruh *E-Commerce* dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada

Keripik Dona Baturaja (*Studi Kasus pada Penjualan di Aplikasi Shopee*) serta memberikan gambaran mengenai Keberhasilan Usaha pada Keripik Dona Baturaja, sehingga apabila ada yang menjadi kelemahan dapat diambil kebijakan yang tepat sehingga menjadi suatu kekuatan baru lagi pengusaha.