PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya kemajuan teknologi, juga semakin memudahkan dan membantu manusia dalam melakukan aktifitas sehari hari, salah satunya adalah aktifitas jual beli. Dimana di era saat ini aktifitas jual beli dapat dilakukan di E-Commerce dengan mudah dan dapat mempersingkat waktu. Selain dapat digunakan dengan mudah, barang yang dijual di E- Commerce pun leboh lengkap dan beragam, mulai dari bahan kebutuhan pokok seperti makanan, pakaian, sampai kebutuhan elektronik dan yang lainnya tersedia di E-Commerce. Mengutip data dari GlobalWebIndex, Indonesia merupakan negara dengan tingkat adopsi E-Commerce tertinggi di dunia pada 2019. Sebanyak 90 persen dari pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun di Indonesia pernah melakukan pembelian produk dan jasa secara online. Berdasarkan laporan dari McKinsey, industri E-Commerce di Indonesia diprediksi akan mencapai nilai USD 40 miliar pada tahun 2022. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pesatnya perkembangan E-Commerce di Indonesia.

Dikutip dari SIRCLO, salah satu faktor yang mempengaruhi pesatnya perkembangan E-Commerce di Indonesia adalah tingkat penetrasi internet dan pengguna perangkat Mobile yang terus meningkat, memungkinkan lebih banyak orang untuk mengakses berbagai Platform belanja online, mulai dari website toko online, aplikasi Marketplace, media sosial, dan banyak lagi. Berdasarkan data dari iPrice, pada kuartal II-2020, total pengunjung website Shopee mencapai 93,44 juta per bulan. Sementara Tokopedia hanya 86,103 juta per bulan. Pada peringkat selanjutnya adalah Bukalapak yang dikunjungi 35,288 juta per bulan selama kuartal II-2020. Kemudian ada Lazada dengan 22,021 juta pengunjung dan Blibli dengan 18,307 juta pelanggan setiap bulan Sedangkan berdasarkan riset dari Snapcart yang telah melakukan riset konsumen selama periode Ramadan dan pandemi COVID-19. Menunjukan bahwa 77% perempuan mengaku memilih berbelanja di Shopee, dibanding laki-laki 52%.

Riset berdasarkan kelompok umur, berbelanja di Shopee paling disukai oleh kelompok umur 19-24 tahun (72%) Dilihat dari data tersebut, bisa disimpulkan bahwa Shopee merupakan E-Commerce dengan pengguna terbanyak di Indonesia dengan pengguna didominasi oleh kaum perempuan sebersr 77% dengan rata-rata umur 19-24 tahun. Shopee merupakan E-Commerce yang berasal dari Singapura yang sudah memasuki Indonesia sejak tahun 2015.

Berdasarkan Riset yang telah dilakukan oleh Asosiasi Digital

Marketing Indonesia, menyatakan bahwa produk kecantikan merupakan produk terlaris di Shopee. Riset dilakukan pada 2,3 juta produk yang di jual di shopee sampai dengan 7 Januari 2020 kemarin. Hasil riset menunjukan bahwa produk kecantikan terjual sebesar 247,1 juta, kemudian di peringkat kedua produk terlaris adalah perlengkapan rumah yang telah laris sebanyak 133 juta.

Berdasarkan data diatas menunjukan bahwa banyaknya pembelian yang dilakukan di E-Commerce terutama Shopee pastinya ada beberapa faktor yang menyebabkan mengapa saat ini banyak yang melakukan transaksi di E- Commerce, selain karena dapat bertransaksi dengan mudah dan menghemat waktu, pastinya ada fitur pada E-Commerce yang tidak dimiliki oleh offline store pada umumnya, yaitu kolom penilaian produk atau Online Customer Review. Online Customer Review Merupakan salah satu bagian dari Electronic Word Of Mouth, dimana para customer akan membagikan pengalamannya dalam menggunakan produk atau mengenai kualitas produk tersebut secara langsung melalui fitur yang sudah disediakan oleh E-Commerce. Online Customer Review merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap minat pembelian produk. (Ardianti & Widiartanto, 2019:2) menyatakan dalam kegiatan berbelanja online konsumen perlu mencari informasi lebih mengenai produk yang akan dibelinya untuk meminimalisir dampak negatif yang didapat. Cara yang mudah untuk mendapatkan informasi tersebut adalah dengan melihat ulasan atau review dan melihat peringkat atau rating pada suatu toko.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut (Kinnear & Taylor, 1995: 306) minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar- benar dilaksanakan. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi (Kristiana & Wahyudin, 2012:1).

Produk Wardah yang berdiri di tahun 1995 dibawah naungan PT. Paragon Technology & Innovation hingga saat ini banyak mengeluarkan berbagai macam produk kecantikan yang sudah dipastikan kehalalannya. World Halal Council telah menobatkan Wardah sebagai pelopor merek kosmetik halal Indonesia sejak tahun 1999. Mulai dari proses pengembangan hingga produksi, Wardah mengutamakan kualitas dan faktor halal produk. Hingga saat ini Produk Wardah dikenal sebagai pelopor produk kecantikan yang Halal. Produk Wardah termasuk kedalam pemenang Indonesia *Best Brand Award* 2020, yang berarti brand Wardah diminati oleh banyak konsumen dan Wardah merupakan salah satu produk kecantikan terbaik.

Menurut riset dari Snapcart diatas menunjukan bahwa pengguna Shopee terbanyak yaitu pada kelompok umur 19-24 tahun yaitu sekitar

72%. Dimana pada jangka umur tersebut merupakan sebagian umur mahasiswa yang sedang berkuliah. Menurut (Octaviani & Sudrajat, 2016) dalam jurnal yang berjudul "Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya" menyatakan bahwa online shop menawarkan berbagai macam keuntungan yang sangat menarik bagi mahasiswa, sebagian besar online shop menawarkan harga yang jauh lebih murah.harga yang reltif lebih murah tentu saja menarik minat bagi mahasiswa sebagai pengguna jasa onlie shop. Berdasarkan riset tersebut peneliti tertarik untuk meneliti minat membeli Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti memilih Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta karena Fakultas Tersebut memiliki jumlah mahasiswa terbanyak dibandingkan dengan Fakultas yang lainnya, selain itu menurut data dari PDDDikti jumlah Mahasiswi pada Fakultas Teknik ini lebih banyak perempuan dibandingkan dengan laki-laki, karena jurusan pada Fakultas Teknik ini meliputi Tata Rias, Tata Boga, Tata Busana, Teknik Elektronika, Teknik Mesin dan Teknik Sipil. Sehingga sesuai dengan kriteria dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul: "Efektivitas Online Customer Review Tentang Produk Wardah di Shopee Terhadap Minat Membeli Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan masalah utama yaitu sejauhmana Efektivitas Online Customer Review Tentang Produk Wardah di Shopee Terhadap Minat Membeli Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta, yang terdiri dari:

(1) Sejauhmana Efektivitas Online Customer Review Tentang Produk Wardah di Shopee Terhadap Minat Membeli Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan tujuan penelitianutama yaitu untuk mengetahui Efektivitas Online Customer Review Tentang Produk Wardah di Shopee Terhadap Minat Membeli Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta, yang terdiri dari:

(1) Untuk mengetahui Efektivitas Online Customer Review Tentang

Produk Wardah di Shopee Terhadap Minat Membeli Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.

1.4 Manfaat Teoretis dan Praktis

1.4.1 Manfaat Teoretis

Manfaat teoretis dalam penelitian ini adalah :

(1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan aplikasiShopee agar kedepannya kebih baik lagi

(2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas bahan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya dalam riset komunikasi mengenai Efektivitas Online Customer Review Tentang Produk Wardah di Shopee Terhadap Minat Membeli Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah :

(3) Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat untuk Subjek dari penelitian ini Yaitu Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta

(4) Hasil Penelitian ini juga diharapkan memberikan manfaat kepada pihak Shopee untuk lebih memperbaiki lagi fitur-fitur pada Shopee terutama Fitur Review

(5) Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat untuk Wardah agar terus mengeluarkan produk-produk terbaru yang lebih baik lagi.

1.5 Sistematika Penulisan Penelitian

Untuk memahami lebih jelas laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada Laporan Seminar Proposal ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan, serta beberapa literature review yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi Metodologi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian