

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

E-commerce sering disebut sebagai salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi yang ada di Indonesia. Hal ini karena dengan jumlah penduduk dan penetrasi internet yang bertumbuh dengan sangat pesat. Indonesia merupakan salah satu pasar potensial *E-commerce*. Besarnya potensi *E-commerce* tidak lepas dari perkembangan pengguna internet yang ada di Indonesia.

Seiring dengan perkembangan *e-commerce*, para pelaku UMKM juga memanfaatkan *e-commerce* untuk memasarkan dan mengembangkan bisnisnya. *E-commerce* juga merupakan suatu konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi yang dijalankan secara elektronik melalui suatu jaringan internet.

Dalam bentuknya yang paling jelas *e-commerce* menjual produk kepada konsumen secara online, tapi faktanya jenis bisnis apapun yang dilakukan secara elektronik adalah *e-commerce*. Sederhananya *e-commerce* adalah membuat, mengelola, dan meluaskan hubungan komersial secara online.

Healthy Pretea merupakan salah satu *brand* teh sehat yang dimana kegiatan bisnisnya dijalankan secara elektronik atau melalui *e-commerce*. Healthy Pretea ini merupakan salah satu *brand* yang berhasil dalam penjualannya melalui *e-commerce*. Teh sehat ini mengandung khasiat yang sangat banyak, serta *package*

yang sangat menarik pada warna dan bentuk, karena bentuknya yang sangat praktis bisa dibawa kemana-mana.

Untuk penelitian ini juga melakukan survey awal dengan menyebarkan koesioner kepada 20 Responden mengenai Healthy Pretea. Adapun hasil koesioner survey awal yang diperoleh dari pelanggan Healthy Pretea akan ditampilkan pada table berikut ini :

Tabel 1.1
Survey Awal E-commerce

No	Variabel E-commerce (X)	JAWABAN			Total
		Ket.	Ya	Tidak	
Proses Pembelian Produk					
1.	Saya puas dengan process dalam pembelian produk Healthy Pretea	Frekuensi	19	1	20
		Persentase	95%	5%	100%
Ketersediaan Sarana Pendukung					
2.	Saya lebih mudah mengkonsumsi produk Healthy Pretea karena disediakan sarana pendukung cara penggunaan	Frekuensi	17	3	20
		Persentase	85%	15%	100%
Kecepatan Merespon Konsumen					
3.	Saya puas karena pihak Healthy Pretea cepat dalam merespon chat	Frekuensi	16	4	20
		Persentase	80%	20%	100%

Sumber : data diolah penulis, 2022

Berdasarkan tabel 1.1 hasil penelitian survey awal tentang *e-commerce* Healthy Pretea dari hasil jawaban ke 20 responden. Terdapat 80% yang memilih Ya pada pernyataan Saya puas karena pihak Healthy Pretea cepat dalam merespon chat, dan ada 20% responden merasa tidak puas tentang *e-commerce Healthy Pretea* . Sehingga pada hal ini diduga beberapa konsumen tidak mendapatkan balasan chat dengan cepat.

Tabel 1.2
Survey Awal Penjualan

No	Variabel Penjualan (Y)	JAWABAN			Total
		Ket.	Ya	Tidak	
Frekuensi					
4	Saya tertarik dari hasil konsumen setelah mengkonsumsi	Frekuensi	16	4	20
		Persentase	80%	20%	100%
Kualitas					
5	Saya tertarik dengan kualitas yang ada pada produk Healthy Pretea	Frekuensi	19	1	20
		Persentase	95%	5%	100%
Waktu					
6	Saya puas dengan hasil dalam waktu yang cepat	Frekuensi	18	2	20
		Persentase	90%	10%	100%

Sumber : data diolah penulis, 2022

Berdasarkan tabel 1.2 hasil penelitian survey awal tentang penjualan Healthy Pretea dari hasil jawaban ke-20 responden. Terdapat 80% responden memilih Ya pada pernyataan, Saya tertarik dengan frekuensi dari hasil setelah mengkonsumsi Healthy Pretea, dan ada 20% responden merasa tidak tertarik tentang Penjualan Healthy Pretea. Sehingga pada hal ini diduga beberapa konsumen tidak melihat frekuensi hasil konsumen setelah mengkonsumsi Healthy Pretea.

Dengan demikian berdasarkan hasil survey kepada 20 responden tanggapan konsumen dilihat dari keinginan dan kebutuhan konsumen promosi-promosi yang menarik dan juga salah satu untuk melakukan keputusan pembelian akan produk yang baik agar mampu memberikan informasi kepada konsumen secara jelas mengenai produk yang dijual. Dengan pentingnya peran penelitian dalam suatu perusahaan maka penulis tertarik untuk membuat penelitian ini dengan judul **“Peran *E-commerce* terhadap Penjualan Healthy Pretea (Studi Kasus pada Komunitas Lari Sobot Sabtu)”**.

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang penelitian diatas *e-commerce* menjadi suatu wadah penjualan Healthy Pretea, penulis dapat mengidentifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian yaitu menggali lebih dalam lagi gambaran variabel *e-commerce* dan variabel penjualan, sehingga mengetahui adanya pengaruh antara *e-commerce* terhadap penjualan Healthy Pretea.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah yang penulis buat berdasarkan identifikasi masalah di atas, :

1. Bagaimana gambaran *e-commerce* dan penjualan pada produk Healthy Pretea.
2. Apakah *e-commerce* berpengaruh secara parsial terhadap Penjualan pada produk Healthy Pretea.

1.3. Maksud dan Tujuan Peneliti

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mengumpulkan berbagai informasi yang terkait dengan *e-commerce* pada penjualan suatu *brand* teh sehat yaitu Healthy Pretea di Kota Bandung, serta penulis mencari pengalaman dan ilmu.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui gambaran *e-commerce* dan penjualan pada Produk Healthy Pretea.
2. Untuk mengetahui apakah *e-commerce* berpengaruh secara parsial terhadap produk *Healthy Pretea*.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penulisan penelitian ini diharapkan Brand dapat mengetahui dan memperhatikan pengaruh *e-commerce* sehingga mendapatkan penjualan yang baik terhadap Healthy Pretea.

1.4.2. Kegunaan Akademisi

1. Bagi penulis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan penulis mendapatkan ilmu dan pengalaman yang dapat diterapkan pada dunia nyata berdasarkan fenomena yang terjadi, serta menambah wawasan yang lebih luas dengan belajar sebagai peneliti dalam menganalisis suatu masalah kemudian mengambil keputusan dan kesimpulan.

2. Bagi pembaca (Pihak Lain)

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang bermanfaat, untuk mengetahui fenomena apa saja yang terjadi beserta penyelesaiannya.

3. Bagi Pengembangan Ilmu

Dapat menjadi referensi pembanding untuk melakukan penelitian selanjutnya.

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Tempat penelitian yang dilakukan penulis untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti adalah pada komunitas lari Sobat Sabtu yang beralamat di Jl. Bahureksa No.12, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115. Berdasarkan waktu yang telah ditetapkan.

1.5.2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan Maret sampai Mei 2022. Dalam melakukan penelitian ini, penulis membuat beberapa tahapan dimulai dari proses pengajuan sampai pengumpulan hasil penelitian.

Tabel 1.3
Pelaksanaan Penelitian

No	Uraian	Waktu Kegiatan																							
		Maret				April				Mei				Juni				juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Survey Tempat Penelitian	■	■																						
2.	Melakukan Penelitian			■																					
3.	Mencari Data				■																				
4.	Membuat Proposal					■																			
5.	Seminar						■																		
6.	Revisi							■																	
7.	Penelitian Lapangan									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
8.	Bimbingan																	■	■	■	■				
9.	Sidang																					■	■	■	■

Sumber : Data diolah penulis

