

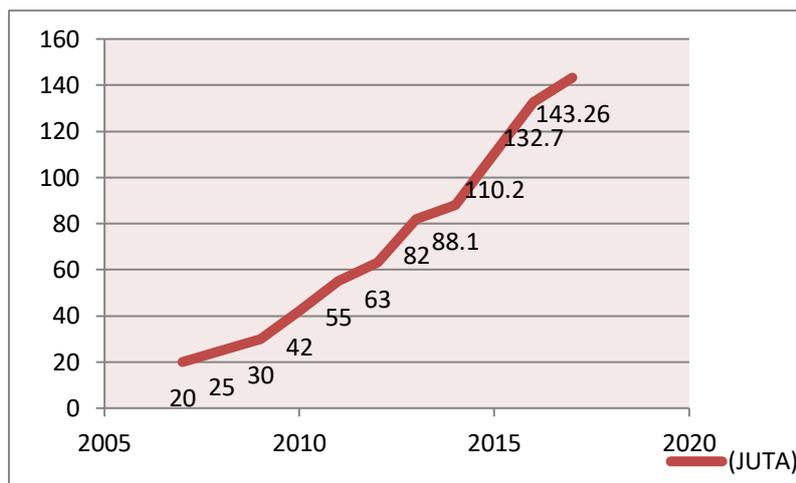
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan teknologi informasi saat ini berdampak pada keseharian masyarakat di era digital, terutama kemajuan teknologi *internet*. Hadirnya *internet* membuat pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun untuk menunjang aktivitas bisnisnya, bahkan dengan menggunakan *internet*, transaksi penjualan dapat dilakukan dengan waktu singkat. sehingga, informasi yang tersedia untuk keperluan transaksi penjualan tersedia pada saat diperlukan.

Berikut adalah grafik pertumbuhan pengguna internet di Indonesia tahun 2007-2017.



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia Tahun 2019

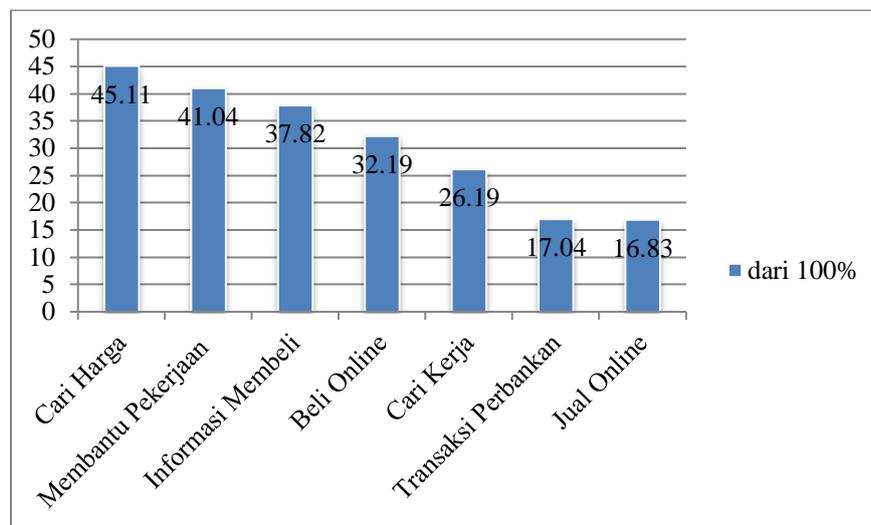
Grafik 1.1 Pertumbuhan Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2007-2017

Berdasarkan grafik 1.1 diatas dapat dilihat bahwa perkembangan penggunaan internet di Indonesia meningkat setiap tahunnya hingga mencapai 143,26 juta pengguna pada tahun 2017 dan di perkirakan akan terus meningkat di setiap tahunnya.

Seiring dengan era perdagangan bebas, setiap perusahaan menginginkan segmen pasar yang seluas-luasnya, dengan adanya *internet* yang dapat di akses

oleh siapa saja, menjadikan peluang bagi pelaku bisnis untuk memasarkan produk mereka yang kemudian dapat dengan mudah diakses oleh semua target pasar mereka.

Berikut grafik pemanfaatan internet bidang ekonomi di Indonesia tahun 2017



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2019

Grafik 1.2 Pemanfaatan Internet Bidang Ekonomi di Indonesia Tahun 2017

Berdasarkan data grafik 1.2 diatas pemanfaatan internet bidang ekonomi pada beli *online* mencapai 32,19% dan untuk jual *online* mencapai 16,83%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan internet untuk melakukan beli dan jual secara *online* cukup banyak dilakukan di Indonesia.

Tingginya minat jual dan beli secara *online* berhasil mendorong perkembangan teknologi *e-commerce* atau perdagangan elektronik melalui *internet* yang mampu memperluas segmen pasar bagi para pelaku bisnis, karena pemasaran melalui *internet* dapat diakses siapa saja tanpa memiliki aturan-aturan baku.

Menurut Harman (2017:295) “perdagangan elektronik atau *e-commerce* merupakan proses pembelian dan penjualan produk dari produk atau jasa yang melibatkan penjual dan pembeli, maupun individu atau instansi, melalui media internet. Perkembangan teknologi informasi yang semakin luas memberi dampak bagi kehidupan manusia termasuk dunia bisnis dalam *internet* yang sekarang disebut *e-commerce* atau perdagangan secara *online* yang memanfaatkan *internet*”.

Hal tersebut menjadi peluang bagi CV Titian Jaya Travelindo atau dikenal juga dengan nama Titan Travel Palembang dalam memasarkan paket wisata yang

sedang mereka tawarkan. Titan Travel Palembang merupakan salah satu usaha biro perjalanan wisata yang ada di Kota Palembang, berlokasi di jalan Musi Raya, Perumnas Sako Palembang, Sumatera Selatan. Perusahaan yang telah berdiri sejak tahun 2015 dan mulai menyediakan paket wisata sejak tahun 2016 ini hanya berfokus pada *e-commerce* sebagai cara mereka memasarkan produk paket wisata yang ditawarkan.

Berikut adalah data pelanggan Titan Travel Palembang yang membeli paket wisata melalui layanan *e-commerce*

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan yang Membeli Paket Wisata di Titan Travel tahun 2016-2018

No	Tahun	Jumlah	
		Total Pelanggan	Melalui <i>E-Commerce</i>
1	2016	3565	2852
2	2017	460	368
3	2018	1431	1145

Sumber : *Owner Titan Travel Palembang, 2019*

Berdasarkan data Tabel 1.1 diatas dapat kita lihat bahwa cukup banyak konsumen Titan Travel melakukan pemesanan paket wisata mereka melalui *E-Commerce*. 80% pelanggan Titan Travel berasal dari pembelian *e-commers* yang mana saat ini Titan Travel Palembang memanfaatkan sosial media Instagram, Facebook, WhatsApp, dan Website. Berdasarkan informasi yang diberikan *owner* Titan Travel Palembang, pelanggan yang melakukan pemesanan selain *e-commers* adalah orang yang sudah mengenal *owner/karyawan* Titan Travel Palembang.

“Motivasi merupakan upaya dalam mencapai suatu tujuan. Setelah mendapatkan motivasi untuk mencapai tujuan yang di tetapkan, akan ada keputusan yang akan diberikan oleh konsumen, keputusan tersebut antara membeli atau menolak”. Menurut Schiffman dalam Nata Wijaya (2018:76) “Keputusan pembelian adalah suatu bentuk pikiran yang nyata dari refleksi rencana pembeli untuk membeli produk atau jasa yang tersedia dalam periode waktu tertentu. Keputusan pembelian konsumen untuk membeli dapat muncul akibat dari adanya rangsangan yang di tawarkan oleh perusahaan”.

Melihat data grafik dan data tabel diatas, data pengguna internet di Indonesia selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya dan data penggunaan internet untuk keperluan jual dan beli *online* berada di persentase yang tinggi namun untuk jumlah pelanggan yang memakai jasa Titan Travel masih mengalami fluktuasi

dalam 3 tahun terakhir padahal mereka hanya memfokuskan pada *e-commerce* dalam penjualan mereka.

Berdasarkan permasalahan diatas penulis tertarik untuk membahas skripsi mengenai bagaimana *e-commerce* mampu memberikan motivasi kepada calon pelanggan hingga pelanggan tersebut memberikan keputusan, atau bahkan langsung mengambil keputusan untuk membeli paket wisata yang ada di Titan Travel Palembang, dengan judul **“Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* dan Motivasi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Pembelian Paket Wisata Pada Titan Travel Palembang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah di jelaskan pada latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah yaitu:

1. Dapatkah *e-commerce* pada Titan Travel Palembang secara langsung memberikan keputusan kepada pelanggan dalam pembelian paket wisata?
2. Dapatkah motivasi mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata Titan Travel Palembang
3. Apakah *e-commerce* dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam pembelian paket wisata melalui motivasi pelanggan?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penulis membatasi ruang lingkup dalam pembahasan agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada yaitu tentang Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata Pada Titan Travel Palembang dengan fokus penelitian pada penggunaan *e-commerce* dan motivasi terhadap pemberian keputusan dalam pembelian paket wisata Titan Travel Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap pengambilan keputusan pembelian paket wisata Titan Travel Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap pengambilan keputusan pembelian paket wisata Titan Travel Palembang
3. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* melalui motivasi pelanggan dalam pengambilan keputusan pembelian paket wisata Titan Travel Palembang.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan untuk menjadi pertimbangan, khususnya mengenai pengaruh penggunaan *e-commerce* dan motivasi terhadap keputusan pembelian paket wisata.
2. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini diharapkan akan memperkaya perkembangan teori-teori dibidang *e-commerce* dan menjadi sumbangan pemikiran bagi penelitian lainnya yang ingin meneliti lebih jauh dan mendalam terhadap hal-hal yang belum terungkap dalam penelitian ini.
3. Bagi penulis, sebagai sarana untuk mengimplementasikan pengetahuan yang didapat pada bidang *e-commerce* dalam hal ini mengenai pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap motivasi wisatawan dalam keputusan pembelian paket wisata