

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis *online* saat ini menjadi alternatif belanja yang diminati pada era 4.0 dimana transaksi tradisional beralih pada teknologi digital. Banyak bisnis pemula yang sebelumnya bukan pelaku bisnis, seperti ibu rumah tangga, kalangan mahasiswa dan pegawai swasta memanfaatkannya sebagai peluang usaha. Jenis usaha yang dilakukan mulai dari produk kecantikan, layanan jasa, produk fashion, jasa rias pengantin dan sebagainya. Berbagai *online shop* yang marak saat ini antara lain *lazada, tokopedia, buka lapak, blibli, elevania, dan shopee* (Fitria, 2017). Lebih lanjut dikatakannya berbagai transaksi online itu dapat dilakukan baik melalui laptop, PC (*personal computer*), atau *gadget*.

Bisnis *online*, selain hemat waktu dan praktis, juga banyak mendatangkan keuntungan *financial* bagi pengguna yang menjalankan bisnis tersebut (Baktiono & Artaya, 2016). Dimana bisnis online mengubah proses pengembangan, pemasaran interaktif, penjualan, pemesanan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran produk dan jasa yang dibeli lewat internet secara on-line, juga komunikasi global konsumen secara virtual, menunjang jaringan rekan bisnis sedunia (Yuliana, 2000). Transaksi pada bisnis online terutama tampak pada kegiatan jual beli mulai dari memperlihatkan adanya kemudahan dalam berpromosi, bertransaksi, pengurangan biaya, mempercepat proses transaksi, peningkatan penjualan, dan kinerja perusahaan, serta sampai pada alasan efisiensi dan efektifitas (Harisno & Pujadi, 2009).

Beberapa penelitian terdahulu terkait dengan manfaat keuntungan bisnis online yang dikemukakan antara lain: (1) Pane and Sadar (2015) menjelaskan bahwa sistem penjualan secara *online* membantu perusahaan dalam meningkatkan pemasaran, mempermudah dalam melakukan pemeriksaan stok barang dan dalam pembuatan laporan. (2) Hidayaha, Kumaladewi, and Efryllac (2010) menyebutkan bahwa Sistem Informasi berbasis web dapat memberikan kemudahan bagi para pelanggan dalam melakukan pemesanan tiket pesawat kapan pun dan dimana pun

mereka berada serta memberikan informasi jadwal keberangkatan pesawat terbang, sehingga baik pihak Bana Tour maupun pelanggan dapat melihat informasi jadwal keberangkatan tersebut. (3) Qomaruddin, Sudradjat, and Sopandi (2018), menjelaskan bahwa sistem penjualan online memudahkan pembeli untuk melakukan transaksi penjualan dengan tidak perlu mendatangi toko, terutama bagi para pembeli yang memiliki waktu terbatas, dan dapat mengakses transaksi dimana saja dan kapan saja.

Di sisi lain Hasanah (2013) menjelaskan bahwa website E-Commerce mempermudah proses transaksi serta dapat meningkatkan penjualan. Nasution and Baidawi (2016) menyebutkan bahwa sistem penjualan berbasis web dapat memudahkan customer melakukan transaksi jarak jauh, memudahkan karyawan untuk mengelola laporan karena sudah terkomputerisasi dan secara online, memudahkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain selama 24 jam sehari, memberikan banyak pilihan produk dari beberapa merk, melakukan perbandingan secara cepat dan pelanggan bisa menerima informasi yang relevan secara real time.

1.2 Fokus Masalah

Penelitian ini berfokus pada apa yang dialami oleh pelaku bisnis tentang sebuah fenomena bisnis *online* di era 4.0 yang didasarkan pada pengalaman pelaku bisnisnya

1.3 Tujuan Penelitian

Mengungkap transaksi bisnis *online* yang didasarkan pada pengalaman pelaku bisnisnya.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait, adapun manfaat dari penelitian ini:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang transaksi bisnis online di era 4.0 yang didasarkan pada pengalaman individu.

2. Manfaat praktis

- a. Menambah wawasan dan pengalaman penulis dibidang kajian bisnis *online*

- b. Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman lebih mengenai fenomena bisnis *online* di era 4.0 yang didasarkan pada pengalaman pelaku bisnisnya.