

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Omset penjualan merupakan salah satu indikator utama dalam menilai kinerja dan keberhasilan suatu usaha. Tinggi rendahnya omset mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola aktivitas penjualan, menarik minat konsumen, serta mempertahankan daya saing di tengah persaingan pasar. Dalam usaha sparepart motor, omset penjualan sangat dipengaruhi oleh jumlah transaksi, frekuensi pembelian, serta luasnya jangkauan pasar. Semakin luas jangkauan pasar yang dimiliki, maka semakin besar peluang peningkatan penjualan yang berdampak langsung pada peningkatan omset.

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mendorong terjadinya perubahan signifikan dalam sistem penjualan, dari metode konvensional menuju sistem digital berbasis *E-Commerce*. Pemanfaatan *E-Commerce* memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa dibatasi oleh wilayah geografis. Salah satu platform *E-Commerce* yang berkembang pesat di Indonesia adalah Shopee, yang menyediakan berbagai fitur pendukung seperti promosi diskon, gratis ongkir, serta kemudahan dalam proses transaksi. Fitur-fitur tersebut memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk meningkatkan *volume* penjualan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan omset.

Pemanfaatan *E-Commerce* terbukti dapat meningkatkan efektivitas penjualan dan memperluas pangsa pasar. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa penggunaan *E-Commerce* mampu meningkatkan *volume*

penjualan melalui perluasan akses pasar dan efisiensi transaksi (Ridwan et al., 2021). Selain itu, *E-Commerce* juga berfungsi sebagai media promosi yang efektif dalam menarik minat konsumen melalui berbagai strategi pemasaran digital, seperti pemberian diskon dan gratis ongkir, yang dapat mendorong peningkatan pembelian (Safitri, 2024).

Namun demikian, peningkatan omzet penjualan melalui *E-Commerce* tidak selalu terjadi secara optimal. Pada kenyataannya, masih terdapat pelaku usaha sparepart motor yang belum mampu memanfaatkan platform digital secara maksimal. Sebagian pelaku usaha masih bergantung pada sistem penjualan *offline*, sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas dan berdampak pada rendahnya omset yang diperoleh. Di sisi lain, pelaku usaha yang telah memanfaatkan platform Shopee juga menghadapi berbagai kendala, seperti tingginya tingkat persaingan, perang harga antar penjual, serta keterbatasan dalam memahami strategi pemasaran digital.

Kondisi tersebut menyebabkan omset penjualan yang diperoleh cenderung fluktuatif dan belum mencapai hasil yang optimal. Penelitian menunjukkan bahwa meskipun *E-Commerce* memberikan kemudahan dalam proses penjualan, peningkatan omset tetap dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola strategi pemasaran serta memanfaatkan fitur platform secara efektif (Nadia et al., 2024).

Selain itu, terdapat perbedaan hasil penelitian terkait pengaruh *E-Commerce* terhadap omset penjualan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan karena mampu memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi transaksi. Namun, penelitian lain

menunjukkan bahwa penggunaan *E-Commerce* tidak selalu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap omset penjualan apabila tidak didukung oleh strategi pemasaran yang tepat, kualitas produk yang baik, serta pelayanan yang memuaskan (Azizah et al., 2024). Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap) yang perlu dikaji lebih lanjut.

Omset penjualan juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Dalam konteks penggunaan *E-Commerce*, faktor-faktor yang mempengaruhi omset antara lain strategi promosi, harga yang kompetitif, kualitas produk, serta kualitas pelayanan kepada konsumen. Selain itu, kepercayaan konsumen yang tercermin melalui rating dan ulasan (review) juga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin baik penilaian yang diberikan oleh konsumen, maka semakin besar peluang peningkatan penjualan yang berdampak langsung pada omset.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun *E-Commerce*, khususnya Shopee, memiliki potensi besar dalam meningkatkan omset penjualan, masih terdapat berbagai kendala dan perbedaan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak selalu konsisten. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *E-Commerce* Shopee terhadap omset penjualan pada usaha sparepart motor.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya, yaitu terletak pada fokus objek penelitian yang secara khusus membahas usaha sparepart motor serta penggunaan platform Shopee sebagai variabel utama. Dengan pendekatan yang lebih spesifik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai hubungan antara penggunaan *E-Commerce*

dan peningkatan omset penjualan, serta dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha dalam mengoptimalkan strategi penjualan berbasis digital.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana pemanfaatan *E-Commerce* Shopee pada Cr Handmade Tahun 2025?
- b. Bagaimana kondisi omset penjualan sparepart motor pada Cr Handmade Tahun 2025?
- c. Apakah terdapat pengaruh *E-Commerce* Shopee terhadap omset penjualan *sparepart* motor pada Cr Handmade Tahun 2025?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan membuktikan adanya pengaruh pemanfaatan platform *E-Commerce* Shopee terhadap kinerja penjualan, khususnya pada aspek omzet, di unit usaha Cr Handmade selama periode tahun 2025. Secara lebih spesifik, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Menganalisis implementasi pemanfaatan fitur-fitur *E-Commerce* Shopee (seperti fitur promosi, distribusi, dan komunikasi pemasaran) yang diterapkan oleh Cr Handmade tahun 2025.
- b. Mengidentifikasi tren dan kondisi perkembangan omset penjualan suku cadang (*sparepart*) motor pada Cr Handmade selama tahun 2025.
- c. Menganalisis besaran pengaruh penggunaan *E-Commerce* Shopee terhadap fluktuasi omset penjualan suku cadang motor pada Cr Handmade tahun 2025.

- d. Mengetahui efektivitas transformasi digital dari sistem konvensional ke ekosistem Shopee dalam mendukung keberlangsungan bisnis suku cadang motor pada Cr Handmade..