

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri *e-commerce* di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan perubahan gaya hidup konsumen yang semakin mengandalkan teknologi, platform *e-commerce* menjadi saluran utama dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari [1]. Dalam beberapa tahun terakhir terdapat banyak perusahaan yang menggunakan metode *Value Based Pricing*. Mereka mendapatkan pelanggan setia karena menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas produk [2].

Salah satu contoh perusahaan yang menggunakan metode *Value Based Pricing* ini adalah perusahaan *Apple*, ketika berbicara gadget, *Apple* adalah salah satu brand yang dikenal dengan harga premiumnya, hal tersebut dinyatakan oleh *The Product Company* bahwa perusahaan *Apple* memiliki *operating system* yang dirancang seramah mungkin untuk pengguna dari beragam kalangan dan juga desain yang selalu elegan dan modern. Tujuan dari *Apple* adalah terus meningkatkan kualitasnya, salah satunya dengan kepercayaan penggunanya [3]. Meskipun kualitas produk dari beberapa kompetitor ada yang lebih bagus, orang yang sudah terbiasa menggunakan *Apple* pasti melihat ada *value* lebih di dalamnya [4]. Metode ini berfokus pada nilai yang dirasakan oleh pelanggan, bukan hanya pada biaya produksi atau harga pasar. Dengan memanfaatkan pendekatan ini, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan profitabilitas.

Pada umumnya *e-commerce* yang tersedia pada saat ini belum memiliki fitur-fitur yang mendukung untuk mendeskripsikan kondisi produk untuk menetapkan harga secara detail, dan tidak semua konsumen memahami atau menyadari nilai produk yang mereka jual jika dibandingkan dengan harga

pasar yang berlaku saat ini. Hal ini berpotensi menimbulkan ketidakpercayaan terhadap harga yang ditawarkan oleh *seller*, yang dapat memicu indikasi kecurangan atau praktek penjualan yang tidak sesuai dengan nilai produk yang sebenarnya. Jika tidak dikelola dengan baik, perbedaan antara harga jual dan nilai produk yang sebenarnya dapat merugikan konsumen dan merusak reputasi platform *e-commerce*, serta menciptakan ketidakpuasan yang berujung pada kehilangan loyalitas pelanggan [5].

Implementasi metode *Value Based Pricing* pada *website* Beliseken\_Aja diharapkan dapat membantu dalam menentukan harga yang lebih akurat dan sesuai dengan kualitas produk yang dirasakan oleh pelanggan. Dengan memahami preferensi dan kebutuhan pelanggan, Beliseken\_Aja dapat menyesuaikan penawaran produknya dan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Oleh karena itu, melalui *website* ini, konsumen tidak hanya dapat membeli tetapi nantinya juga dapat melakukan transaksi titip jual dengan harga sesuai dengan kualitas produk. Dengan tren konsumen yang semakin sadar akan pentingnya keberlanjutan dan penghematan, bisnis jual beli *gadget* bekas menawarkan solusi yang lebih relevan karena ada fitur-fitur yang akan digunakan sebagai alat untuk mempertimbangkan kondisi produk dengan penetapan harga.

Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, bisnis jual dan titip jual *gadget* bekas menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana memastikan kualitas produk bekas yang dijual dapat memenuhi harapan konsumen, serta bagaimana menciptakan kepercayaan konsumen terhadap transaksi jual beli *gadget* bekas yang sering kali diwarnai oleh persepsi tentang kualitas dan kendalannya. Selain itu, penting bagi Beliseken\_Aja untuk mengembangkan strategi pemasaran yang dapat menarik minat konsumen serta menciptakan *website* yang aman dan mudah digunakan oleh para penjual dan pembeli *gadget* bekas.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan metode *Value Based Pricing* di Beliseken\_Aja serta dampaknya terhadap kepuasan

pelanggan dan performa penjualan. Dengan pendekatan ini, diharapkan akan diperoleh gambaran yang jelas tentang bagaimana strategi harga yang berbasis kualitas produk dapat diimplementasikan dan memberikan manfaat bagi perusahaan serta hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi bisnis Beliseken\_Aja serta memberikan wawasan bagi perusahaan lain yang ingin menerapkan metode serupa.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka dirumuskan :

- a. Bagaimana mengimplementasikan *Value Based Pricing* dalam konteks *website* Beliseken\_Aja?
- b. Bagaimana persepsi pelanggan terhadap harga produk yang ditawarkan oleh Beliseken\_Aja setelah implementasi metode *Value Based Pricing*?
- c. Apa saja faktor yang memengaruhi penentuan harga berbasis nilai pada produk di *website* Beliseken\_Aja?

## 1.3 Batasan Masalah

Pada penelitian ini ada beberapa batasan, yaitu penelitian ini hanya akan memfokuskan pada implementasi *Value Based Pricing* sebagai strategi penetapan harga, yang didasarkan pada persepsi nilai yang diterima oleh konsumen atas produk yang dijual di Beliseken\_Aja.

- a. Penelitian ini akan mengkaji persepsi nilai dari konsumen yang menggunakan platform Beliseken\_Aja, dengan fokus pada pemahaman dan evaluasi pelanggan terhadap kualitas produk yang mereka beli.
- b. Penelitian ini hanya akan mencakup analisis produk bekas yang dijual di platform Beliseken\_Aja untuk menunjukkan penerapan metode *Value Based Pricing*.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Dengan melihat latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan

penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mengidentifikasi dan menganalisis pemahaman konsumen terhadap nilai produk yang ditawarkan oleh *website* Beliseken\_Aja untuk menentukan bagaimana persepsi nilai memengaruhi keputusan pembelian.
- b. Mengembangkan strategi penetapan harga berbasis nilai yang dapat diimplementasikan pada produk di *website* Beliseken\_Aja, berdasarkan analisis preferensi dan kebutuhan pelanggan.
- c. Mengevaluasi dampak dari penerapan metode *Value Based Pricing* terhadap kepuasan pelanggan dan volume penjualan di *website* Beliseken\_Aja.

### 1.5 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Perusahaan

Untuk menganalisis bagaimana pelanggan memandang nilai produk yang ditawarkan di *website* Beliseken\_Aja dan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut.

- b. Bagi Universitas

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

- c. Bagi Penulis

Dengan penelitian ini diharapkan penulis dapat menambah pengetahuan dan wawasan berpikir.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan metode atau urutan dalam penulisan skripsi yang memuat uraian secara garis besar pada setiap bab. Adanya sistematika penulisan adalah agar hasil penulisan lebih rapi dan runtut sehingga tujuan dari penelitian ini dapat tersampaikan secara tertulis. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini disajikan dalam 5 bab yaitu:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metode penelitian.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini memuat studi literatur dari penelitian terdahulu terkait penetapan harga, *brand performace* dan *value best pricing*, *pricing strategy*, serta pengaruh penetapan harga dengan hasil produk yang didapatkan. Selain itu juga berisi tentang teori pendukung penelitian yang akan dikemas pada poin dasar teori. Teori-teori tersebut menguraikan pengertian *Value Based Pricing*, prinsip-prinsip dalam *Value Based Pricing*, pengertian kualitas produk, pengertian tentang harga pasar.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini akan membahas metodologi penelitian secara rinci, mencakup jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam proses pengumpulan dan analisis data. Penjelasan mendetail akan melibatkan studi survei dengan wawancara dan analisis data.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memuat hasil implementasi *value best pricing*, persepsi pelanggan terhadap *value best pricing* pada website Beliseken\_Aja, serta evaluasi dari implementasi *value best pricing* untuk website Beliseken\_Aja.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian sehingga dapat diputuskan hasil penelitian ini sesuai atau tidak. Kemudian juga memuat saran untuk penelitian selanjutnya terkait penerapan *value best pricing* pada sebuah system agar dapat dikembangkan kembali