

# BAB I

## Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang

Di masa sekarang ini, banyak berbagai cara yang dapat digunakan oleh seseorang untuk menjalankan sebuah bisnis. Salah satu contoh alat yang mampu mempermudah bisnis seseorang yaitu dengan adanya *e-commerce*. Pada masa ini, penggunaan *e-commerce* menjadi sebuah media yang sangat penting digunakan oleh seorang pembisnis agar dapat mempromosikan dan menjual produknya dengan mudah tanpa perlu adanya toko yang ada fisiknya. Dalam *e-commerce*, sebuah persepsi konsumen sangat memiliki peran penting agar sebuah transaksi bisnis dapat terjadi pada sebuah lapak. Untuk di Indonesia sudah terdapat banyak *e-commerce* yang dapat digunakan dalam melakukan sebuah bisnis, dalam penelitian ini *e-commerce* yang akan digunakan dalam penelitian yaitu Shopee yang dimana pada *e-commerce* tersebut banyak digunakan oleh masyarakat dan mahasiswa dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penelitian ini dilatar belakangi untuk mengetahui apa yang membuat seseorang ingin membeli produk yang ada pada *e-commerce* dari hanya sebuah foto produk yang ditampilkan. Untuk mengetahui apakah persepsi konsumen sama dengan kualitas produk yang disampaikan dapat terlihat pada kolom komentar yang terdapat pada produk yang diperjualkan tersebut. *E-commerce* merupakan sebuah wadah yang dapat digunakan oleh semua orang untuk menjalankan bisnis. Dalam penggunaannya seorang penjual hanya perlu memasang sebuah foto produk yang cukup menarik yang ingin diperjualkan.

Dalam *e-commerce* hanya berisikan mengenai jenis-jenis produk dan gambar yang digunakan dalam melakukan penjualan. Penggunaan foto atau gambar pada *e-commerce* memiliki sebuah tujuan yang dimana dengan menggunakan gambar dalam memasarkan produk merupakan sebuah media komunikasi secara tidak langsung yang dimana dilakukan oleh seorang penjual untuk menyampaikan sebuah informasi kepada konsumen.

*Photography Product* merupakan sebuah istilah dalam fotografi yang dimana objek pada foto tersebut menggunakan sebuah produk dengan tujuan untuk digunakan dalam komersial atau pemasaran dari produk tersebut. Foto yang digunakan dalam *e-commerce* perlu memperhatikan beberapa komponen yang misalnya seperti sudut pengambilan gambar, pencahayaan dalam pengambilan gambar, dan warna yang digunakan sebagai *background* dalam pengambilan foto. Hal-hal tersebut sangat penting untuk diperhatikan dalam membentuk persepsi konsumen terhadap barang yang diperjualkan oleh penjual. Selain membentuk persepsi pada pola pikir konsumen, komposisi yang digunakan pada teknik foto juga digunakan untuk menarik perhatian oleh konsumen.

Persepsi konsumen dapat terbentuk dari apa yang dilihat melalui sebuah foto yang ada pada *e-commerce*. Dari terbentuknya sebuah persepsi maka akan timbul rasa ingin membeli dari seorang konsumen berdasarkan informasi yang telah diperoleh. Melalui pembelian produk tersebut maka konsumen akan memberikan sebuah respon apakah produk yang ada pada sebuah foto memiliki sebuah kesamaan terhadap persepsi konsumen.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari topik yang diangkat berdasarkan dari latar belakang, terdapat rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana sebuah *product photography* pada *e-commerce* mampu memberikan sebuah informasi mengenai kualitas sebuah produk?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian dari topik yang diangkat ini menganalisis mengenai manajemen kualitas dari produk yang dijual melalui *e-commerce* dengan memiliki tujuan yaitu:

1. Penelitian ini dilakukan dengan pengamatan (observasi) dengan menggunakan *photography product* untuk menjelaskan suatu kualitas produk yang dijual melalui *e-commerce*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari topik yang dibahas dengan melihat fenomena yang sedang terjadi dilingkungan saat ini, penelitian ini dapat memberikan manfaat yang dapat dilakukan secara langsung oleh para pembaca.

1. Bagi Pemilik Usaha

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan bagi pemilik usaha *e-commerce* untuk dapat lebih memahai bagaimana cara untuk menarik minat konsumen melalui *photography product*.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber referensi bagi pihak yang ingin melakukan penelitian yang sejenis atau yang terkait lebih lanjut.

### 3. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dalam menambah wawasan peneliti untuk lebih memahami mengenai bagaimana sebuah *photography product* dapat menciptakan sebuah persepsi seorang konsumen dalam mengetahui kualitas sebuah produk yang di jual pada *e-commerce*.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penyampaiannya hasil penelitian disusun dengan sebagai berikut:

### **Bab I Pendahuluan**

Dibagian bab ini tersusun dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian serta manfaat dari penelitian ini.

### **Bab II Tinjauan Pustaka**

Dibagian bab ini berisikan mengenai penjelasan dari teori-teori yang menjadi dasar dari penelitian yang dilakukan yang dimana membahas mengenai *e-commerce*, persepsi konsumen, dan *photography product*.

### **Bab III Metodologi**

Dibagian bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, objek dari penelitian, jenis data yang digunakan, dan metode yang digunakan dalam analisis data.

### **Bab IV Hasil Penelitian**

Dibagian bab ini menjelaskan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan beserta dengan analisis dari hasil data yang telah didapatkan.

### **Bab V Kesimpulan dan Saran**

Dibagian bab ini terusun dari kesimpulan penelitian yang telah dilakukan beserta saran dan keterbatasan selama melakukan penelitian.

