

**USULAN PERBAIKAN BAGI REKOSISTEM
BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMENGARUHI MINAT BELI KOMPOSTER
SECARA DARING**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Katherine Sendjaja

NPM : 6131901024



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2023**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Katherine Sendjaja
NPM : 6131901024
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN BAGI REKOSISTEM
BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMENGARUHI MINAT BELI
KOMPOSTER SECARA DARING

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 16 Agustus 2023

**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

(Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T.)

Pembimbing Tunggal

(Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M.)

PENYATAAN TIDAK MENCONTEK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Katherine Sendjaja

NPM : 6131901024

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**USULAN PERBAIKAN BAGI REKOSISTEM BERDASARKAN FAKTOR-
FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI KOMPOSTER SECARA
DARING**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 20 Juni 2023



Katherine Sendjaja

NPM : 6131901024

Usulan Perbaikan Bagi Rekosistem Berdasarkan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Komposter Secara Daring

by 6131901024 Katherine Sendjaja

Submission date: 27-Jul-2023 10:34AM (UTC+0700)

Submission ID: 2137391304

File name: ruhi_Minat_Beli_Komposter_Secara_Daring_-_KATHERINE_SENDJAJA.pdf (1.06M)

Word count: 11798

Character count: 73356

Usulan Perbaikan Bagi Rekosistem Berdasarkan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Komposter Secara Daring

ORIGINALITY REPORT

27%
SIMILARITY INDEX

25%
INTERNET SOURCES

11%
PUBLICATIONS

14%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 repository.unpar.ac.id 3%
Internet Source

2 repofeb.undip.ac.id 2%
Internet Source

3 Submitted to Catholic University of Parahyangan 2%
Student Paper

4 conference.upnvj.ac.id 1%
Internet Source

5 repository.ub.ac.id 1%
Internet Source

6 Submitted to Universitas Diponegoro 1%
Student Paper

7 manajemen.fe.uny.ac.id 1%
Internet Source

8 dspace.uii.ac.id 1%
Internet Source

eprints.kwikkiangie.ac.id

9	Internet Source	<1 %
10	repositorio.unicamp.br Internet Source	<1 %
11	kc.umn.ac.id Internet Source	<1 %
12	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
13	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
14	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
15	www.scribd.com Internet Source	<1 %
16	repository.its.ac.id Internet Source	<1 %
17	ejournal3.undip.ac.id Internet Source	<1 %
18	es.scribd.com Internet Source	<1 %
19	repository.widyatama.ac.id Internet Source	<1 %
20	Submitted to Konsorsium PTS Indonesia - Small Campus II	<1 %

21 Submitted to Institut Teknologi Kalimantan <1 %
Student Paper

22 Submitted to Coventry University <1 %
Student Paper

23 repository.radenintan.ac.id <1 %
Internet Source

24 jurnal.darmaagung.ac.id <1 %
Internet Source

25 repository.usd.ac.id <1 %
Internet Source

26 id.scribd.com <1 %
Internet Source

27 repository.pnj.ac.id <1 %
Internet Source

28 docplayer.info <1 %
Internet Source

29 repository.untar.ac.id <1 %
Internet Source

30 Submitted to Ajou University Graduate School <1 %
Student Paper

31 Submitted to Politeknik Negeri Bandung <1 %
Student Paper

32 bircu-journal.com

Internet Source

<1 %

33

ojs.stiami.ac.id

Internet Source

<1 %

34

ojs.unikom.ac.id

Internet Source

<1 %

35

123dok.com

Internet Source

<1 %

36

[Submitted to Universitas Jenderal Soedirman](#)

Student Paper

<1 %

37

[Submitted to Universitas Negeri Manado](#)

Student Paper

<1 %

38

id.123dok.com

Internet Source

<1 %

39

repository.unsoed.ac.id

Internet Source

<1 %

40

www.freepatentsonline.com

Internet Source

<1 %

41

eprints2.undip.ac.id

Internet Source

<1 %

42

publikasi.mercubuana.ac.id

Internet Source

<1 %

43

[Yunia Meilda, Ikhwan Hamdani, Retno Triwoelandari. "Pengaruh Bauran Pemasaran](#)

<1 %

terhadap Kepuasan Pelanggan", El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2021

Publication

44	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	<1 %
45	ojs.umrah.ac.id Internet Source	<1 %
46	repository.uhn.ac.id Internet Source	<1 %
47	ejournal.unklab.ac.id Internet Source	<1 %
48	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
49	journal.unj.ac.id Internet Source	<1 %
50	repository.unj.ac.id Internet Source	<1 %
51	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
52	jabar.tribunnews.com Internet Source	<1 %
53	journal.jis-institute.org Internet Source	<1 %
54	repository.mercubuana.ac.id Internet Source	<1 %

55 Berliana Fajar Nur Endah Sari, Hendy Mustiko Aji. "Niat Berpindah Nasabah yang Termigrasi Paksa ke Bank Syariah Indonesia", Jurnal Manajerial, 2023
Publication <1 %

56 Submitted to Universitas Negeri Semarang
Student Paper <1 %

57 accounting.binus.ac.id
Internet Source <1 %

58 core.ac.uk
Internet Source <1 %

59 linter.untar.ac.id
Internet Source <1 %

60 repository.untag-sby.ac.id
Internet Source <1 %

61 Martin Purba, Ade Parlaungan Nasution, Aziddin Harahap. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi", remik, 2023
Publication <1 %

62 Submitted to Southville International School and Colleges
Student Paper <1 %

journal.untar.ac.id

63

Internet Source

<1 %

64

ocs.unud.ac.id

Internet Source

<1 %

65

repository.dinamika.ac.id

Internet Source

<1 %

66

Submitted to Universitas Nasional

Student Paper

<1 %

67

e-journal.uajy.ac.id

Internet Source

<1 %

68

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

<1 %

69

lup.lub.lu.se

Internet Source

<1 %

70

pascasarjanafe.untan.ac.id

Internet Source

<1 %

71

www.ejournal.lppmunidayan.ac.id

Internet Source

<1 %

72

Ahmad Fauzan, Abdul Rohman. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR KAWASAKI", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020

Publication

<1 %

etd.iain-padangsidempuan.ac.id

73	Internet Source	<1 %
74	materikuliah.blogspot.com Internet Source	<1 %
75	pelatihandaycare.com Internet Source	<1 %
76	repository.uib.ac.id Internet Source	<1 %
77	Muhammad Edy Supriyadi. "PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KEMASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE SOMETHINC", Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2023 Publication	<1 %
78	digilib.isi.ac.id Internet Source	<1 %
79	digilib.uinsgd.ac.id Internet Source	<1 %
80	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	<1 %
81	j-ptiik.ub.ac.id Internet Source	<1 %
82	jilanwijaya.wordpress.com Internet Source	<1 %

journal.feb.unmul.ac.id

83	Internet Source	<1 %
84	journal.trunojoyo.ac.id Internet Source	<1 %
85	journalarticle.ukm.my Internet Source	<1 %
86	jurnalpost.com Internet Source	<1 %
87	media.neliti.com Internet Source	<1 %
88	publikasiilmiah.ums.ac.id Internet Source	<1 %
89	repository.nusaputra.ac.id Internet Source	<1 %
90	repository.stie-aub.ac.id Internet Source	<1 %
91	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
92	Ali Murtadha. "SURVEI KEBUTUHAN INFORMASI BIDANG KEMARITIMAN DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PESISIR KECAMATAN PERBAUNGAN KABUPATEN SERDANG BEDAGAI", Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan, 2018 Publication	<1 %

93	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
94	Submitted to OTHM Qualifications Student Paper	<1 %
95	Revel Sangkay, Sandy Sutanto, Sendy Aria Widiartanto, Innocentius Bernarto. "ANTESEDEN TRUST DAN DAMPAKNYA TERHADAP INTENTION TO SHOP PADA APLIKASI SAYURBOX", JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)., 2021 Publication	<1 %
96	docplayer.dk Internet Source	<1 %
97	doku.pub Internet Source	<1 %
98	ejournal.bsi.ac.id Internet Source	<1 %
99	journal.stieamkop.ac.id Internet Source	<1 %
100	jurnal.univpgri-palembang.ac.id Internet Source	<1 %
101	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %

102	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	<1 %
103	repository.trisakti.ac.id Internet Source	<1 %
104	repository.uksw.edu Internet Source	<1 %
105	www.baka-tsuki.org Internet Source	<1 %
106	Reinaldi Wiranata, Luh Komang Candra Dewi. "PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE DI KOTA TABANAN PADA MASA PANDEMI COVID-19", <i>Journal Research of Management</i> , 2022 Publication	<1 %
107	Zahra Noor Eriza. "Peran Mediasi Citra Merek dan Persepsi Risiko pada Hubungan antara Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Minat Beli (Studi pada Konsumen Kosmetik E-Commerce di Solo Raya)", <i>Komuniti : Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi</i> , 2017 Publication	<1 %
108	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
109	Indah Dwi Prasetyaningrum, Noor Indah Rahmawati. "ANALISIS PENGARUH PROMOSI,	<1 %

KUALITAS PELAYANAN, ELECTRONIC WORD of MOUTH, dan CITRA MERK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SITUS E – COMMERCE LAZADA DI KOTA SEMARANG", JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)., 2023

Publication

110

Puji Isyanto, Kartika Wijayanti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Pada Masa Pandemi COVID-19", Owner, 2022

Publication

<1 %

111

Rafika Rachmaniah. "Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening", Jurnal Manajerial, 2022

Publication

<1 %

112

e-journal.hamzanwadi.ac.id

Internet Source

<1 %

113

scholar.unand.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 3 words

Exclude bibliography On

ABSTRAK

Peningkatan transaksi *e-commerce* tampak dari laporan Bank Indonesia yang menunjukkan peningkatan nilai transaksi *e-commerce* setiap tahunnya dan mencapai Rp 530 triliun pada tahun 2022. Hal tersebut menjadi penanda bahwa pelaku bisnis harus beradaptasi dengan melakukan penjualan secara *online*. Salah satu pelaku bisnis yang memilih untuk menjual barangnya secara *online* adalah Rekosistem. Rekosistem sendiri merupakan sebuah perusahaan *start-up* manajemen nir sampah dan salah satu produk yang dijual oleh Rekosistem adalah komposter. Penjualan awal komposter meningkat hingga pada puncak di bulan Mei 2021 dengan pendapatan sebesar Rp13,875,000. Namun, setelah bulan Agustus 2021, penjualan terus menurun bahkan pendapatan terendah berada pada bulan Oktober 2022 dengan pendapatan sebesar Rp 200,000. Oleh karena ketidakpuasan manajer akan penghasilan yang didapatkan, perlu dilakukan penelitian untuk mengatasi penurunan penjualan komposter di Toko Rekosistem. Berdasarkan hasil studi literatur, terdapat 5 variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan, promosi, E-WOM, citra merek, dan harga. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada target pasar dan didapatkan 98 data yang akan diolah menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Berdasarkan hasil evaluasi, didapatkan hasil 2 dari 5 hipotesis diterima. Faktor yang mempengaruhi minat beli adalah citra merek dan harga. Kemudian berdasarkan faktor tersebut, dihasilkan 7 usulan untuk meningkatkan minat beli komposter di Rekosistem. Usulan yang diberikan meliputi mengikuti aktivitas seperti *workshop* atau *bazaar*, membuat konten di Instagram manfaat komposter, membuat *highlight* Instagram mengenai pengalaman pengguna komposter Rekosistem, membuat konten di Instagram mengenai kelebihan komposter Rekosistem, mengganti buku panduan dengan QR *code*, mencari *supplier* ember yang lebih murah, dan membuat konten di Instagram mengenai bahan yang dipakai serta ketahanan produk. Seluruh usulan telah didiskusikan dengan pihak Rekosistem dan akan diimplementasikan dalam waktu dekat.

ABSTRACT

The increase in e-commerce transactions can be seen from a Bank Indonesia report which shows an increase in the value of e-commerce transactions every year and will reach 530 trillion rupiah in 2022. This is a sign that business must adapt to online selling. One of the businesses who chose to sell their product online is Rekosistem. Rekosistem is a zero waste management start-up company and one of the products sold by Rekosistem is a composter. The Initial composter sales kept on increasing and the highest revenue was 13,875,000 rupiah in May 2021. However, after August 2021, sales continued to decline and even the lowest revenue was in October 2022 with revenue of 200,000 rupiah. Due to the manager's dissatisfaction with the income earned, it is necessary to conduct a research to overcome the decline in composter sales at Rekosistem. Based on the results of the literature study, there are 5 variables studied, namely service quality, promotion, E-WOM, brand image, and price. Questionnaires were distributed to the target market and 98 data were obtained which would be processed using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. Based on the evaluation results, 2 out of the 5 hypotheses were accepted. Factors that influence purchase intention are brand image and price. Then based on these factors, 8 suggestions were generated to increase the purchase intention of the composter in Rekosistem. The suggestions given include participating in activities such as workshops or bazaars, creating content on Instagram for the benefits of composter, making Instagram highlights about the user experience of Rekosistem composter, creating content on Instagram about the advantages of Rekosistem composter, changing guidebooks with a QR code, looking for cheaper bucket suppliers, and creating content on Instagram about the materials used and product durability. All suggestions have been discussed with Rekosistem and will be implemented in the near future.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas berkat dan penyertaan-Nya sehingga laporan penelitian dengan judul “Usulan Perbaikan Bagi Rekosistem Berdasarkan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Komposter Secara Daring” dapat diselesaikan tepat waktu. Laporan ini dituliskan untuk memenuhi syarat Program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM) Magang pada Rekosistem. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan jurusan Teknik Industri di Universitas Katolik Parahyangan. Dalam penelitian ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan saran dan masukan, serta meluangkan waktu selama proses penyusunan laporan.
2. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. dan Bapak Dedy Suryadi, S.T., M.S., Ph.D. selaku penguji sidang skripsi yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis.
3. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku koordinator skripsi yang telah membantu selama proses pengerjaan skripsi.
4. Bapak Yansen Theopilus, S.T., M.T. dan Prof. Dr. Paulus Sukpto, Ir., M.B.A. selaku dosen wali yang telah membantu dan memberikan arahan selama berkualiah di Universitas Katolik Parahyangan.
5. Pemilik dan manajer Rekosistem yang telah mengizinkan dan membantu selama penulis membuat skripsi.
6. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan selama pembuatan skripsi.
7. Averina Felisa, Priscilla Ivana, Jocelyne Angelica Hazel, Karyn Poh, Natasya Darmawan, Jessica Cecilia, Aryasena Arinalhaq, Daniel Hardiana, Aileen Celesta, Esther Sonia, Carl Aaron Jonathan, Ryan Dalimartha, Michael Budi, Sean Andrew , dan Edgar Philip selaku teman-teman kuliah penulis yang telah memberikan semangat selama pengerjaan laporan.

8. Teman-teman kelas B Angkatan 2019 yang telah menjadi teman kelas yang baik selama proses kuliah.

Akhir kata, penulis menganggap bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan demikian, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan yang dilakukan pada penyusunan laporan ini. Penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Bandung, 19 Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	I-4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-8
I.4 Tujuan Penelitian	I-8
I.5 Manfaat Penelitian	I-8
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-9
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Perilaku Konsumen.....	II-1
II.2 Minat Beli	II-2
II.3 <i>E-commerce</i>	II-3
II.4 Komposter	II-3
II.5 Skala.....	II-4
II.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	II-7
II.7 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	II-8
II.7.1 PLS-SEM	II-9
II.7.2 Jumlah Sampel Minimal	II-10
II.7.3 Evaluasi Model Pengukuran	II-10
II.7.4 Evaluasi Model Struktural	II-11
II.8 Model Penelitian Rusadi (2018)	II-12
II.9 Model Penelitian Sari, Manggabarani, dan Husniati (2020)	II-13
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Pengembangan Model Penelitian.....	III-1

III.2	Operasionalisasi Variabel.....	III-5
III.3	Pengumpulan Data	III-8
	III.3.1 Penyusunan Kuesioner.....	III-8
	III.3.2 Pre-test Kuesioner.....	III-9
	III.3.3 Penyebaran Kuesioner	III-9
III.4	Pengolahan Data	III-10
	III.4.1 Profil Responden	III-10
	III.4.2 Model Penelitian	III-12
	III.4.3 Evaluasi Model Pengukuran	III-14
	III.4.4 Evaluasi Model Struktural	III-19
III.5	Nilai Rata-Rata Variabel Konsumen Komposter Rekosistem	III-23
BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN.....		IV-1
IV.1	Analisis Hasil Profil Responden.....	IV-1
IV.2	Analisis Evaluasi Model Pengukuran.....	IV-2
IV.3	Analisis Evaluasi Model Struktural.....	IV-4
IV.4	Usulan Perbaikan untuk Meningkatkan Minat Beli.....	IV-7
	IV.4.1 Usulan Perbaikan Harga.....	IV-7
	IV.4.2 Usulan Perbaikan Citra Merek.....	IV-10
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		V-1
V.1	Kesimpulan	V-1
V.2	Saran	V-1
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN A.....		A-1
RIWAYAT HIDUP PENULIS		

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Alasan Ketidaktertarikan Membeli Komposter Rekosistem.....	I-6
Tabel III.1 Variabel Penelitian	III-2
Tabel III.2 Penjelasan Variabel dan Butir Pengukuran	III-5
Tabel III.3 Rekapitulasi Profil Responden	III-10
<i>Tabel III.4 Composite Reliability</i>	III-14
Tabel III.5 Hasil <i>Outer Loadings</i>	III-15
Tabel III.6 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	III-15
Tabel III.7 Nilai AVE Sebelum dan Sesudah Penghapusan KP3,P4, dan W4	III-16
Tabel III.8 Nilai <i>Outer Loadings</i> Setelah Penghapusan KP3, P4, dan W4.....	III-16
Tabel III.9 Nilai AVE sebelum dan sesudah penghapusan KP1 dan W1	III-17
Tabel III.10 Hasil <i>Outer Loadings</i> setelah penghapusan KP1 dan W1	III-17
Tabel III.11 Hasil AVE Akhir.....	III-18
Tabel III.12 Hasil <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	III-19
Tabel III.13 Hasil <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	III-20
Tabel III.14 Hasil <i>Path Coefficient</i>	III-21
Tabel III.15 Hasil R^2	III-23
Tabel III.16 Rata-Rata Variabel yang Memengaruhi Minat Beli	III-24
Tabel IV.1 Rekapitulasi Usulan Variabel Harga	IV-12
Tabel IV.2 Rekapitulasi Usulan Variabel Citra Merek.....	IV-9

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.I.1 Nilai Transaksi E-commerce di Indonesia.....	I-1
Gambar I.I.2 Komposter Rekosistem	I-2
Gambar I.I.3 Tokopedia Toko Rekosistem.....	I-3
Gambar I.I.4 Penjualan Komposter di Toko Rekosistem Tahun 2021-2022	I-4
Gambar I.I.5 Persentase Responden yang Mengetahui Rekosistem	I-5
Gambar I.I.6 Persentase Ketertarikan untuk Membeli Komposter Rekosistem ..	I-6
Gambar I.I.7 Metodologi Penelitian	I-11
Gambar II.1 Path Model.....	II-9
Gambar II.2 Model Minat Beli Rusadi (2018)	II-12
Gambar II.3 Model Minat Beli Sari, Manggabarani, dan Husniati (2020)	II-13
Gambar III.1 Model Penelitian.....	III-4
Gambar III.2 Hasil Uji Normal	III-12
Gambar III.3 Model Penelitian pada Aplikasi smart-PLS.....	III-13
Gambar III.4 Model Penelitian Setelah Penghapusan Indikator	III-18
Gambar III.5 Hasil Pengujian Model Penelitian	III-23
Gambar IV.1 Komposter Pesaing	IV-8

BAB I

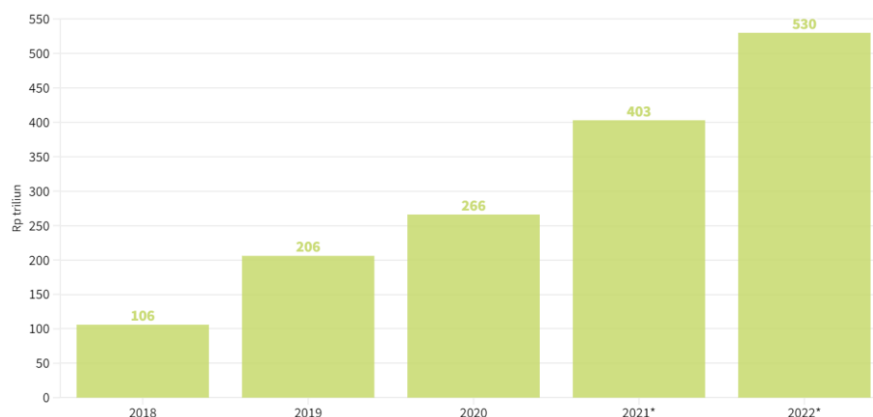
PENDAHULUAN

Pada bab ini, akan dibahas mengenai latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan dan asumsi, tujuan, manfaat, metodologi, dan sistematika penulisan. Pada latar belakang akan membahas mengenai dasar dari dilakukannya penelitian yang kemudian akan diidentifikasi sehingga didapatkan rumusan masalah. Untuk lebih jelasnya akan dibahas pada subbab dibawah ini.

I.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi internet sudah semakin berkembang. Salah satu perkembangan tersebut adalah *e-commerce*. *E-commerce* melibatkan penggunaan internet, *world wide web (Web)*, aplikasi seluler, dan *browser* yang berjalan pada sebuah perangkat seluler untuk melakukan transaksi bisnis (Laudon dan Traver, 2017, p. 56).

Transaksi *e-commerce* terus meningkat. Hal tersebut tampak dari laporan Bank Indonesia yang menunjukkan peningkatan nilai transaksi *e-commerce* setiap tahunnya dan mencapai Rp 530 triliun pada tahun 2022 seperti yang dapat dilihat pada Gambar I.1. Peningkatan transaksi *e-commerce* tersebut didorong pula oleh adanya pandemi karena tidak mengharuskan penjual dan pembeli untuk bertemu secara langsung.



Gambar I.1.1 Nilai Transaksi *E-commerce* di Indonesia
(sumber : <https://dataindonesia.id/digital/detail/transaksi-ecommerce-ditaksir-capai-rp530-triliun-pada-2022>)

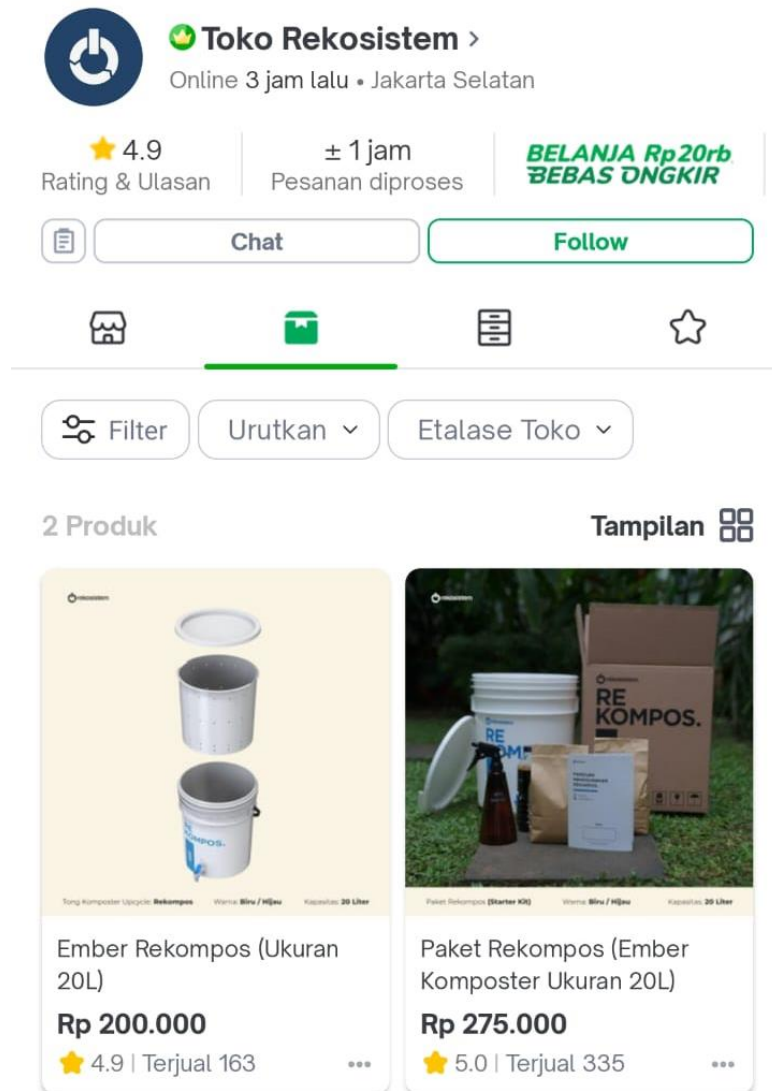
Data pada Gambar I.1 menjadi penanda bahwa masyarakat lebih memilih untuk melakukan transaksi *e-commerce*, yang membuat pelaku bisnis harus beradaptasi dengan melakukan penjualan secara *online*. Salah satu pelaku bisnis yang memilih untuk menjual barangnya secara *online* adalah Rekosistem. Rekosistem sendiri merupakan sebuah perusahaan *start-up* manajemen nir sampah (*zero waste management*) yang memiliki tujuan untuk menerapkan ekosistem yang berkelanjutan dengan menawarkan jasa dan produk.

Salah satu produk yang dijual oleh Rekosistem adalah komposter. Komposter merupakan alat untuk mengompos di rumah dan komposter Rekosistem memiliki mekanisme semi-anaerobik dengan sekat modular seperti pada Gambar I.2. Dengan komposter tersebut, sampah organik nabati seperti potongan buah dan sayur dapat diolah menjadi pupuk organik cair dan padat. Komposter Rekosistem bernama Rekompos dan dapat dibeli hanya berupa tong/ember Rekompos saja atau dapat membeli Paket Rekompos yang menyertakan karbon (sekam bakar), nitrogen (ampas kopi), EM4/Bioaktivator, *sprayer*, dan benih untuk menanam seperti pada Gambar I.2. Tong atau Ember Rekompos dihasilkan dari pemanfaatan kembali ember plastik bekas (*upcycle*). Bahan-bahan yang dipakai untuk mengemas bahan pada Paket Rekompos pun sudah ramah lingkungan.



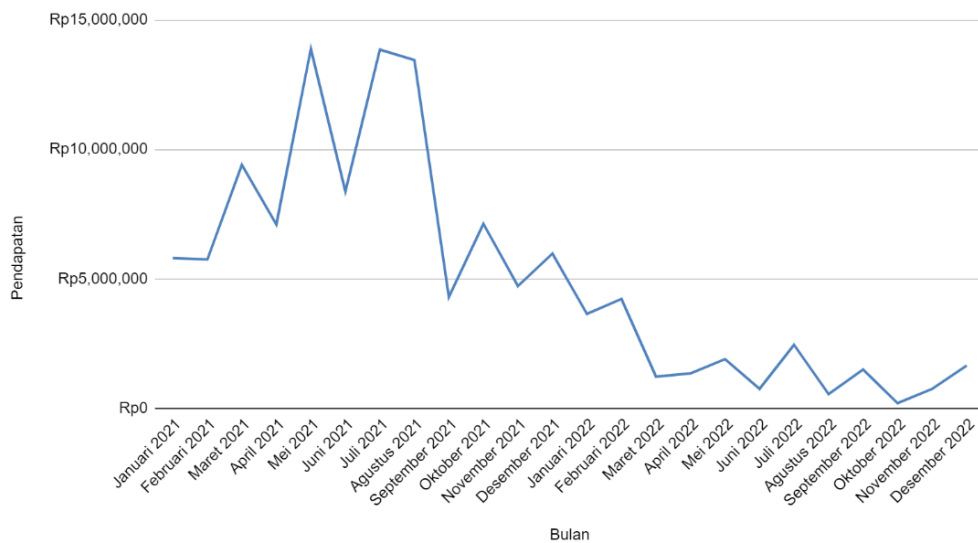
Gambar I.1.2 Komposter Rekosistem

Media promosi yang dipilih oleh Rekosistem adalah melalui media sosial Instagram. Pada pertengahan tahun 2020, Rekosistem menjual komposter melalui Whatsapp. Kemudian, pada Januari 2021, Rekosistem beralih untuk menjual pada Tokopedia. Toko Rekosistem dapat dilihat pada Gambar I.3.



Gambar I.1.3 Tokopedia Toko Rekosistem

Data penjualan komposter dapat dilihat pada Gambar I.4. Seperti yang dapat dilihat penjualan awal komposter meningkat hingga pada puncak di bulan Mei 2021 dengan pendapatan sebesar Rp13,875,000. Pendapatan pada bulan Juni 2021 menurun tetapi, grafik naik kembali pada bulan Juli 2021 dengan pendapatan Rp13,850,000 dan pada bulan Agustus 2021 sebesar Rp13,450,000.



Gambar I.1.4 Penjualan Komposter di Toko Rekosistem Tahun 2021-2022

Namun, setelah bulan Agustus 2021, penjualan terus menurun bahkan pendapatan terendah berada pada bulan Oktober 2022 dengan pendapatan sebesar Rp 200,000. Salah satu dugaan terjadinya penurunan penjualan adalah karena adanya pandemi. Walaupun demikian apabila dilihat dari kondisi pada bulan November dan Desember 2021, status Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) berada pada level 1 dan 2. Sedangkan, pada Januari hingga Mei 2022, status PPKM berada pada level 1, 2, dan 3 tetapi penjualan yang terjadi pada bulan November 2021 tetap lebih tinggi dibandingkan dengan penjualan pada bulan Januari hingga Mei 2022. Hal ini menjadi masalah karena manajer tidak puas akan penghasilan yang didapatkan dan masih ingin meneruskan penjualan. Oleh karena hal tersebut, diperlukan upaya untuk mengatasi penurunan penjualan komposter di Toko Rekosistem.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi pada penjualan komposter Rekosistem, dilakukan wawancara dan didapatkan hasil bahwa pihak manajer menduga penurunan pendapatan terjadi karena promosi. Promosi komposter Rekosistem hanya dilakukan pada Instagram Rekosistem. Promosi yang telah dilakukan adalah dengan melakukan *repost story* Instagram pelanggan

yang mengunggah konten mengenai komposter Rekosistem. Untuk memudahkan pembelian, pada *story* yang di *repost* disertakan pula *link* untuk membeli komposter ke Tokopedia. Manajer berasumsi kebanyakan pelanggan mengetahui adanya komposter Rekosistem dari konten pelanggan lain yang mengunggah tentang komposter tersebut pada *story* Instagram karena beberapa kali ditemukan pelanggan yang mengunggah mengenai komposter Rekosistem berdasarkan referensi dari temannya. Oleh karena itu, dilakukan pula promosi berupa pengungkahan cerita-cerita pelanggan yang sudah menggunakan komposter Rekosistem pada *post* Instagram dengan tagar #Rekompostory sebagai bentuk promosi.

Bentuk promosi yang dilakukan oleh Rekosistem tetap sama dari tahun 2021 hingga 2022 yaitu melalui Instagram. Rekosistem pernah pula memberikan potongan 10% pada saat tahun baru 2022 tetapi walaupun telah dilakukan pemberian potongan 10% tersebut, seperti yang dapat dilihat pada Gambar I.4, tidak ada kenaikan yang signifikan pada Januari 2022. Fitur *free* ongkos kirim pada Tokopedia Rekosistem tidak diaktifkan karena terdapat biaya untuk menggunakan fitur tersebut.

Untuk menelusuri masalah lebih dalam, dilakukan pula pengumpulan data kepada 36 responden yang merupakan target pasar Rekosistem. Target pasar komposter Rekosistem adalah orang-orang yang menggunakan kompos. Untuk 36 responden diberikan pertanyaan mengenai ketahuan akan adanya Rekosistem dan seperti yang dilihat pada Gambar I.5, 20 responden telah mengetahui Rekosistem sedangkan 16 responden tidak mengetahui Rekosistem.



Gambar I.I.5 Persentase Responden yang Mengetahui Rekosistem

Dari 20 responden, 100% mengetahui komposter Rekosistem tetapi hanya 4 responden yang pernah membeli komposter tersebut, sedangkan 16 responden tidak pernah membeli produk tersebut. Kemudian diberikan pertanyaan lanjutan mengenai ketertarikan responden untuk membeli komposter Rekosistem dan didapatkan data seperti pada Gambar I.6. Berdasarkan gambar tersebut, dapat diketahui bahwa 68.8% dari 16 responden tidak tertarik untuk membeli komposter Rekosistem. Hal tersebut menunjukkan bahwa minat membeli komposter Rekosistem masih rendah.



Gambar I.I.6 Persentase Ketertarikan untuk Membeli Komposter Rekosistem

Kemudian diberikan pertanyaan lebih lanjut mengenai alasan responden tidak tertarik untuk membeli komposter Rekosistem. Berdasarkan hasil pengumpulan data, didapatkan beberapa alasan yaitu harga yang mahal, sudah mempunyai komposter merek lain, *seller* tidak responsive, tidak ada *free* ongkos kirim, ulasan toko, dan toko sudah lama tidak aktif. Data jumlah responden yang memberikan alasan tersebut dapat dilihat pada Tabel I.1.

Alasan Ketidaktertarikan Membeli Komposter Rekosistem

Tabel I.1 Alasan Ketidaktertarikan Membeli Komposter Rekosistem

Alasan ketidaktertarikan	Jumlah
Harga mahal	3
Sudah punya komposter lain	3
Seller tidak responsif	2
tidak ada free ongkir	2

(lanjut)

Tabel I. 1 Alasan Ketidaktertarikan Membeli Komposter Rekosistem (lanjutan)

Alasan ketidaktertarikan	Jumlah
Ulasan	1
Toko sudah lama tidak aktif	1

Berdasarkan alasan ketidaktertarikan pada Tabel I.1, mayoritas responden tidak ingin membeli komposter Rekosistem karena harga dan memang sudah memiliki komposter merek lain. Beberapa responden pun merasa penjual tidak responsif dan keberatan akan biaya tambahan ongkos kirim yang ada karena tidak ada fitur *free* ongkir. Selain itu, terdapat responden yang tidak tertarik karena terdapat ulasan buruk di toko dan terdapat tulisan toko sudah lama tidak aktif.

Untuk 5 responden yang tertarik untuk membeli komposter Rekosistem, diberikan pertanyaan lebih lanjut mengenai alasan ketertarikan untuk membeli. Terdapat 3 faktor yang membuat responden tertarik untuk membeli komposter Rekosistem. Alasan responden tertarik untuk membeli komposter Rekosistem adalah karena kepraktisan, paket yang ditawarkan menarik, dan hasil kompos dapat menyuburkan tanaman di rumah.

Menurut Munir, Saroh, dan Krisdianto (2019) dalam penelitiannya mengenai minat beli konsumen yang dilakukan kepada mahasiswa administrasi bisnis FIA UNISMA yang menjadi konsumen *online shop* Tokopedia, ditemukan bahwa faktor yang memengaruhi minat beli konsumen adalah ulasan produk. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fauzi dan Lina (2021) mengenai faktor foto produk, *online customer review*, dan *online customer rating* terhadap minat beli, didapatkan kesimpulan bahwa ketiga faktor tersebut memengaruhi minat beli. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian Firman Aprianto Rusadi (2018) mengenai pengaruh kualitas pelayanan, promosi, *e-word of mouth*, dan citra merek terhadap minat beli, didapatkan kesimpulan bahwa semua faktor tersebut memiliki pengaruh positif.

Untuk mengetahui usulan yang tepat dalam meningkatkan penjualan komposter di Toko Rekosistem, perlu dilakukan identifikasi faktor yang memengaruhi minat beli produk. Oleh karena itu, didapatkan rumusan masalah berikut ini.

1. Faktor apa saja yang dapat memengaruhi minat beli komposter secara daring?

2. Usulan apakah yang dapat diberikan untuk meningkatkan minat beli komposter di Rekosistem?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan dan asumsi. Batasan masalah merupakan ruang lingkup yang dibatasi oleh peneliti agar penelitian tidak terlalu luas dan lebih fokus. Batasan yang ditetapkan adalah sebagai berikut.

1. Pengamatan hanya dilakukan terhadap produk komposter Rekosistem.
2. Penelitian yang dilakukan hanyalah sampai pada tahap usulan.

Selain itu, penelitian ini memiliki asumsi. Asumsi yang digunakan adalah tidak ada kenaikan harga selama penelitian sehingga tidak memengaruhi penelitian secara signifikan.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil rumusan, terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai. Tujuan penelitian merupakan hal yang ingin dicapai dengan dilakukannya penelitian. Berikut merupakan tujuan dari penelitian ini.

1. Mengetahui faktor yang dapat memengaruhi minat beli komposter secara daring.
2. Mengetahui usulan yang tepat untuk meningkatkan minat beli komposter di Rekosistem.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan kegunaan dari hasil penelitian. Terdapat 2 jenis manfaat penelitian yaitu manfaat teoritis dan praktis. Manfaat teoritis merupakan manfaat penelitian dalam pengembangan ilmu. Manfaat tersebut memiliki fungsi untuk memperkuat atau mematahkan teori yang telah ada. Sedangkan, manfaat praktis merupakan manfaat dalam memecahkan masalah. Berikut merupakan manfaat-manfaat tersebut.

1. **Manfaat Teoritis**
Sebagai sumber informasi atau referensi bagi penelitian yang akan datang, terutama yang mengkaji mengenai minat beli.
2. **Manfaat Praktis**

Mengetahui faktor yang memengaruhi minat beli komposter Rekosistem dan serta usulan yang dapat meningkatkan minat beli komposter Rekosistem.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah tahapan ataupun langkah yang dilakukan oleh peneliti selama dilakukannya penelitian. Metodologi dibuat agar peneliti dapat melakukan penelitiannya secara sistematis. Diagram alir metodologi penelitian dapat dilihat pada Gambar 8. Berikut merupakan tahapan yang dilakukan dalam dilakukannya penelitian ini.

1. **Penentuan Objek dan Topik Penelitian**
Objek penelitian merupakan hal pertama yang ditentukan. Objek yang akan diteliti adalah Rekosistem. Kemudian dilakukan penentuan topik berdasarkan masalah yang ada pada objek penelitian.
2. **Studi Pendahuluan**
Pada tahap ini, dilakukan wawancara kepada manajer untuk mengetahui penyebab masalah. Selain itu, dilakukan pula pengumpulan data yang dapat membuktikan adanya masalah. Pencarian teori-teori dilakukan pula pada tahap ini untuk memberikan pemahaman yang lebih baik.
3. **Identifikasi dan Perumusan Masalah**
Pengumpulan data yang lebih mendalam dilakukan pada tahap ini. Kuesioner akan disebar ke target pasar dan data tersebut akan diolah. Setelah itu, akan didapatkan perumusan masalah.
4. **Penentuan Batasan dan Asumsi Penelitian**
Batasan serta asumsi penelitian ditentukan agar penelitian bisa terfokus dan tidak terlalu luas.
5. **Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian**
Tujuan didapatkan dari perumusan masalah. Terdapat 2 jenis manfaat penelitian yaitu manfaat teoritis dan praktis.
6. **Pengembangan Model Penelitian**
Pada langkah ini, akan dilakukan pengembangan model penelitian. Pengembangan ini berdasarkan literatur dan akan dilihat faktor yang akan memengaruhi minat beli komposter.
7. **Pengumpulan Data**

Pengumpulan data akan dilakukan untuk dilakukan pengolahan. Pengumpulan data akan dilakukan kepada target responden.

8. Pengujian Model Pengukuran

Pada tahap ini, uji validitas serta reliabilitas dilakukan berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Uji validitas digunakan untuk menunjukkan derajat ketepatan data yang sesungguhnya terjadi pada suatu objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah alat ukur dapat menghasilkan pengukuran yang konsisten apabila digunakan secara berulang-ulang.

9. Pengujian Model Struktural

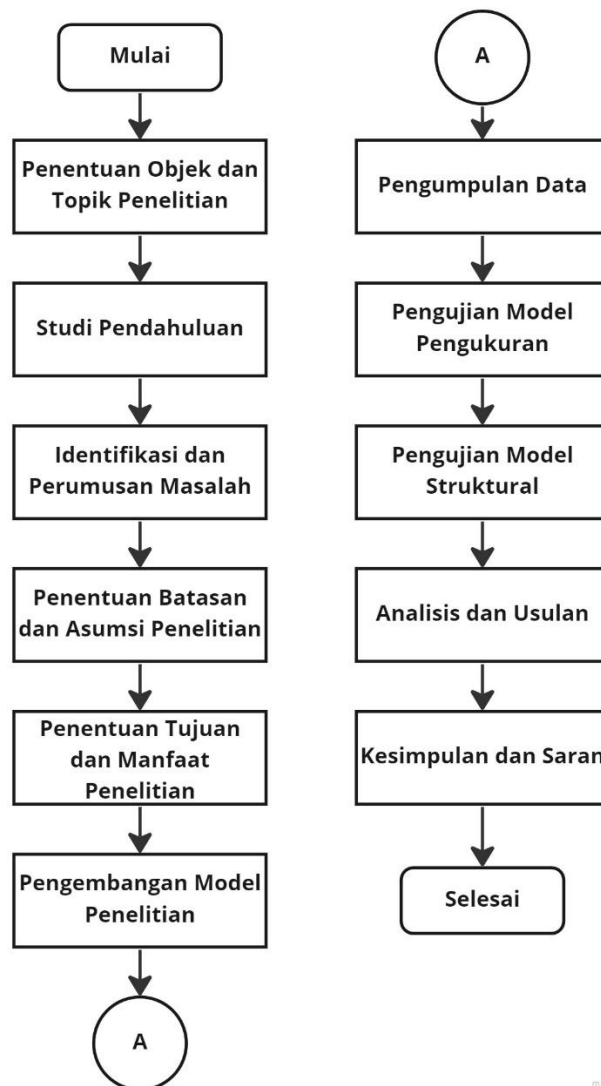
Pengujian model structural akan dilakukan kepada data yang didapat dari target responden. Uji ini dilakukan untuk mendapatkan variabel yang berpengaruh.

10. Analisis dan Usulan

Berdasarkan hasil pengujian, analisis akan dihasilkan dari data yang telah diolah. Dari hasil analisis tersebut, akan dihasilkan usulan yang sesuai dengan Rekosistem.

11. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan akan menjawab rumusan masalah pada awal penelitian. Kemudian akan diuraikan saran untuk penelitian selanjutnya.



Gambar I.1.7 Metodologi Penelitian

I.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah suatu metode ataupun urutan dalam melakukan sebuah riset, penelitian ataupun karya tulis. Pada subbab ini, akan dijelaskan sistematika dari penulisan laporan penelitian ini. Terdapat 5 bab pada penelitian ini yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan usulan, serta kesimpulan dan saran.

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan bab pertama yang ada pada penelitian ini. Penelitian akan dilakukan pada Rekosistem yang menjual alat untuk mengompos

bernama Rekompos. Bab ini terdapat latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka akan menjelaskan literatur atau teori yang menjadi acuan penelitian. Teori beserta literatur akan menjadi dasar dari penelitian ini. Terdapat beberapa subbab yang akan dijelaskan yaitu perilaku konsumen, minat beli, *e-commerce*, komposter, skala, teknik pengambilan sampel, dan *structural equation modeling* (SEM).

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab III akan berisikan uraian hipotesis, variabel, pengumpulan data, dan pengolahan data dari hasil kuesioner. Pada pengumpulan data, akan dilakukan penyusunan kuesioner, penentuan jumlah sampel, *pretest* kuesioner, dan melakukan penyebaran kuesioner. Sedangkan pengolahan data yang akan dilakukan adalah pengujian model pengukuran dan pengujian model struktural.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN

Bab ini akan berisikan mengenai analisis dan usulan bagi Rekosistem. Pada bagian ini akan dilakukan wawancara dengan pemilik masalah untuk mendiskusikan usulan. Analisis dan usulan diharapkan dapat membantu Rekosistem dalam meningkatkan penjualan komposter Rekosistem.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini akan berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang diberikan adalah untuk menjawab rumusan masalah. Sedangkan saran yang diberikan adalah untuk peneliti selanjutnya agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.