



PENGARUH HARGA DINAMIS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM PLATFORM E-COMMERCE

Agus Wahyudi

STIE Mahardhika

Amelia Andhini Syaharani

STIE Mahardhika

Ellya Novita Devianti

STIE Mahardhika

Dinda Kumalasari

STIE Mahardhika

Naura Da Rachman

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, STIE Mahardhika, Jl. Wisata Menanggal
No.42, Dukuh Menanggal, Kec. Gayungan, Surabaya, Jawa Timur 60234

korespondensi penulis: ameliandns@gmail.com

Abstract This study aims to analyze the effect of dynamic pricing on customer loyalty in e-commerce platforms. Dynamic pricing is a flexible strategy that allows price changes based on factors such as demand, product availability, and consumer behavior, optimized through advanced technology. Although it provides a competitive advantage, the implementation of dynamic pricing presents challenges, especially related to consumers' perceptions of price fairness. This study uses qualitative methods through interviews and observations to explore consumers' perceptions, experiences, and views on this strategy. The results show that transparency and good communication in the implementation of dynamic pricing play an important role in building consumer trust. Price changes accompanied by real benefits, such as discounts, can increase customer loyalty, while ambiguity in price changes can reduce trust and encourage consumers to switch to other platforms. Therefore, dynamic pricing strategies need to be designed with attention to fairness and consumer satisfaction in order to maintain a positive long-term relationship with customers.

Keywords: Dynamic pricing, customer loyalty, e-commerce

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dinamis terhadap loyalitas pelanggan dalam platform e-commerce. Harga dinamis merupakan strategi fleksibel yang memungkinkan perubahan harga berdasarkan faktor seperti permintaan, ketersediaan produk, dan perilaku konsumen, yang dioptimalkan melalui teknologi canggih. Meskipun memberikan keunggulan kompetitif, penerapan harga dinamis menghadirkan tantangan, terutama terkait persepsi keadilan harga oleh konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui wawancara dan observasi untuk mengeksplorasi persepsi, pengalaman, serta pandangan konsumen terhadap strategi ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transparansi dan komunikasi yang baik dalam penerapan harga dinamis berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Perubahan harga yang disertai manfaat nyata, seperti diskon, dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, sedangkan ketidakjelasan dalam perubahan harga dapat menurunkan kepercayaan dan mendorong konsumen beralih ke platform lain. Oleh karena itu, strategi harga dinamis perlu dirancang dengan memperhatikan keadilan dan kepuasan konsumen untuk menjaga hubungan jangka panjang yang positif dengan pelanggan.

Kata Kunci: Harga dinamis, loyalitas pelanggan, e-commerce

PENDAHULUAN

Di era digital yang semakin berkembang, e-commerce digunakan konsumen sebagai saluran untuk memenuhi kebutuhan mereka. Karena ketatnya persaingan di antara platform e-commerce para perusahaan melakukan berbagai strategi pemasaran untuk

menarik dan mempertahankan pelanggan. Salah satu strategi yang menarik adalah penetapan harga dinamis (*dynamic pricing*). Harga dinamis merupakan strategi di mana harga dapat berubah-ubah tergantung faktor-faktor tertentu (fleksibel). *E-commerce* dapat mengoptimalkan harga yang maksimal dan daya saing yang lebih tinggi dengan melakukan data analisis dan algoritma canggih.

E-commerce merupakan layanan internet untuk proses jual-beli suatu produk secara online. Berbeda dengan transaksi online yang memerlukan interaksi langsung antara penjual dan pembeli, *e-commerce* memungkinkan transaksi secara virtual sehingga memaksa penjual untuk melakukan inovasi dan berpikir kreatif dalam memasarkan produk mereka di era digital agar produk tetap bersaing dan terjual di pasaran.

Namun, penerapan harga dinamis memiliki tantangan. Perubahan harga yang terlalu sering serta tidak transparan akan membuat konsumen bingung dan frustrasi, tentu hal ini akan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan terhadap platform tersebut. Loyalitas pelanggan merupakan faktor utama dalam keberlangsungan *e-commerce*, pelanggan yang loyal akan me-repeat order, memberi review yang bagus dan merekomendasikan platform kepada orang lain. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana strategi harga dinamis mempengaruhi persepsi, pengalaman dan loyalitas pelanggan.

LANDASAN TEORI

Harga Dinamis (*Dynamic Pricing*)

Harga dinamis adalah strategi penetapan harga yang memiliki sifat fleksibel, dimana perubahan harga dilakukan berdasarkan berbagai faktor, seperti tingkat permintaan, ketersediaan produk, waktu pembelian, dan perilaku konsumen. Dalam konteks platform *e-commerce*, strategi ini banyak diterapkan melalui dukungan teknologi canggih, seperti algoritma data dan analitik berbasis prediksi yang dapat dilakukan para penjual untuk menyesuaikan harga secara langsung sesuai dengan kondisi pasar. Strategi harga dinamis ini memberikan keuntungan kompetitif di dalam pasar, khususnya pada sektor *e-commerce* yang sangat kompetitif, serta memungkinkan platform untuk memaksimalkan pendapatan. Namun, tantangan yang muncul mencakup potensi munculnya persepsi negatif dari konsumen terkait keadilan harga. Apabila terdapat perubahan harga yang tidak dilakukan secara transparan, konsumen dapat merasa dirugikan, yang dapat menurunkan tingkat kepercayaan mereka terhadap platform. Oleh karena itu, keberhasilan strategi ini sangat bergantung pada cara platform mengelola persepsi konsumen terkait dengan perubahan harga.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan mencerminkan komitmen konsumen untuk terus menggunakan maupun membeli produk dari suatu merek atau layanan secara berkelanjutan. Loyalitas ini dibagi menjadi dua aspek utama, yaitu loyalitas perilaku yang mana mengacu pada kebiasaan pembelian atau penggunaan produk, serta loyalitas sikap yang berkaitan dengan pandangan positif dan kepercayaan terhadap sebuah merek. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan antara lain kualitas produk atau layanan, tingkat kepuasan konsumen, kepercayaan, serta persepsi harga yang diterima. Dalam dunia *e-commerce*, loyalitas pelanggan menjadi elemen vital untuk mempertahankan daya saing. Konsumen yang loyal tidak hanya cenderung melakukan pembelian ulang, tetapi juga

memberikan rekomendasi kepada orang lain. yang mana menjaga loyalitas konsumen menjadi prioritas utama dalam keberlangsungan bisnis *e-commerce*.

Hubungan antara Harga Dinamis dan Loyalitas Pelanggan

Hubungan antara penetapan harga dinamis dan loyalitas pelanggan sangat kompleks dan melibatkan berbagai aspek. Salah satu faktor kunci yang mempengaruhi hubungan ini adalah persepsi konsumen terhadap keadilan harga. Apabila konsumen merasa bahwa perubahan harga dilakukan secara tidak adil atau tidak jelas, mereka akan merasa kecewa dan kehilangan kepercayaan terhadap platform tersebut. Sebaliknya, ketika strategi harga dinamis diterapkan secara transparan dan disertai dengan komunikasi yang baik, konsumen lebih cenderung menerima perubahan harga tersebut. Selain itu, loyalitas pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh nilai yang mereka peroleh dari harga yang dibayarkan. Misalnya, jika strategi harga dinamis menawarkan keuntungan seperti diskon pada waktu tertentu atau penawaran eksklusif untuk pelanggan setia, hal ini dapat memperkuat loyalitas mereka. Oleh karena itu, platform *e-commerce* harus memastikan bahwa penetapan harga dinamis tidak hanya berfokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga memperhatikan dampaknya terhadap hubungan jangka panjang dengan konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara penetapan harga dinamis pada platform *e-commerce* dan loyalitas pelanggan, yang mana dijelaskan dalam landasan teori yang dipaparkan sebelumnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang dapat eksplorasi mendalam terhadap persepsi, pengalaman, serta pandangan pelanggan terkait strategi harga dinamis dan dampaknya terhadap loyalitas mereka. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat mengungkap pengalaman nyata konsumen yang dihadapi dalam konteks penetapan harga dinamis, terutama dalam lingkungan *e-commerce* yang bersifat dinamis dan kompetitif.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan luas mengenai penetapan harga dinamis dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan, penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pelanggan yang telah melakukan transaksi di platform *e-commerce* yang menerapkan harga dinamis. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menggali informasi mengenai persepsi pelanggan terhadap perubahan harga yang terjadi, apakah mereka menganggap harga tersebut adil atau tidak nya, serta bagaimana hal tersebut mempengaruhi keputusan mereka untuk terus menggunakan platform tersebut. Wawancara dilakukan dengan panduan pertanyaan terbuka, sehingga membuat pelanggan dapat menyampaikan pengalaman dan pendapat mereka secara bebas.

2. Observasi

Pengamatan dilakukan secara langsung terhadap penerapan harga dinamis di platform *e-commerce*. Pengamatan ini meliputi bagaimana harga berubah, cara penyampaian informasi mengenai perubahan harga kepada pelanggan, serta promosi atau diskon yang

diberikan. Observasi ini bertujuan untuk membantu peneliti memahami respons pelanggan terhadap penetapan harga dinamis dalam kegiatan belanja mereka.

Analisis Data

1. Reduksi Data

Pada tahap awal analisis, data yang terkumpul akan disaring dan disusun agar hanya informasi yang relevan yang digunakan dalam analisis. Proses ini bertujuan untuk memfokuskan perhatian pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan penetapan harga dinamis dan loyalitas pelanggan.

2. Kategorisasi

Data yang telah dipilih akan dikelompokkan ke dalam kategori atau tema tertentu, seperti "keadilan harga", "pengaruh harga dinamis terhadap keputusan pembelian", dan "hubungan harga dinamis dengan loyalitas pelanggan". Kategorisasi ini akan mempermudah dalam analisis data lebih lanjut.

3. Kesimpulan

Setelah data dikelompokkan dalam kategori, langkah berikutnya adalah menganalisis hubungan antara tema-tema yang ditemukan dan mengidentifikasi pola-pola yang muncul. Penarikan kesimpulan ini bertujuan untuk menghubungkan hasil analisis dengan tujuan penelitian, yaitu memahami bagaimana penetapan harga dinamis mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam platform *e-commerce*. Peneliti akan menyimpulkan apakah perubahan harga dinamis memberikan dampak positif atau negatif terhadap persepsi konsumen dan loyalitas mereka terhadap platform.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penetapan harga dinamis di platform *e-commerce* mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan. Persepsi keadilan harga menjadi faktor utama yang menentukan respons konsumen terhadap strategi ini. Konsumen cenderung menerima perubahan harga jika dilakukan secara transparan dan disertai penjelasan yang memadai. Namun, perubahan harga yang terjadi tiba-tiba tanpa alasan yang jelas dapat menimbulkan ketidakpuasan, mengurangi kepercayaan konsumen, dan mempengaruhi hubungan mereka dengan platform.

Strategi harga dinamis juga berdampak langsung pada keputusan pembelian. Banyak konsumen merasa terdorong untuk membeli ketika harga dinamis memberikan manfaat nyata, seperti diskon atau promosi eksklusif. Hal ini menunjukkan potensi harga dinamis dalam meningkatkan penjualan jangka pendek. Namun, strategi ini memiliki risiko jika konsumen merasa dirugikan karena perubahan harga yang terlalu sering atau tidak adil, yang dapat memicu mereka beralih ke platform lain yang dianggap lebih stabil dalam menentukan harga.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa loyalitas pelanggan bergantung pada pengalaman positif yang mereka dapatkan dari penetapan harga dinamis. Transparansi dalam kebijakan harga, disertai pemberian manfaat langsung kepada konsumen, dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap platform. Oleh karena itu, strategi harga dinamis perlu dirancang tidak hanya untuk memaksimalkan keuntungan jangka pendek, tetapi juga untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan dengan memastikan aspek keadilan dan kepuasan tetap menjadi prioritas utama.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan harga dinamis pada platform *e-commerce* memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Strategi ini dapat memberikan keuntungan kompetitif dan meningkatkan penjualan jika diterapkan dengan transparansi dan memberikan manfaat nyata kepada konsumen, seperti diskon atau promosi eksklusif. Namun, jika perubahan harga dilakukan terlalu sering, tiba-tiba, atau tanpa penjelasan yang jelas, hal ini dapat menimbulkan persepsi negatif, menurunkan kepercayaan, dan memengaruhi loyalitas pelanggan.

Keberhasilan strategi harga dinamis sangat bergantung pada cara platform mengelola persepsi keadilan harga. Dengan memastikan transparansi, komunikasi yang efektif, dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan, platform dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, harga dinamis perlu dirancang tidak hanya untuk memaksimalkan keuntungan jangka pendek tetapi juga untuk menjaga hubungan jangka panjang yang positif dengan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Permadi, B., Aprilia, N., Sari, N. P., & Kesuma, S. A. (2023). Analisis Dampak Penggunaan Dynamic Pricing di Pasar Global terhadap Shopee. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 6(4), 2994.
- Purwanto, E., Wibowo, S. F., & Prasetyo, B. (2021). Analisis Pengaruh Dynamic Pricing terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada E-commerce di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 89-98.
- Soei, C. T., Purwanto, E., & Purba, J. T. (2014). Pengaruh Dynamic Pricing terhadap Loyalitas Pelanggan pada Industri Penerbangan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(1), 1-7.
- Wicaksono, B., & Halimah, N. (2023). Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Aplikasi E-Commerce Tokopedia. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(6), 3989-3998.