

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada perkembangan teknologi informasi yang pesat ini telah membawa dampak baru yang belum pernah terbayangkan sebelumnya. Di Indonesia sendiri telah menduduki peringkat yang cukup tinggi dengan jumlah pengguna internet terbesar sekitar 30% dari total penduduk Indonesia sendiri. Fungsi dari internet adalah untuk menyimpan berbagai jenis informasi dengan jumlah besar sebagai media komunikasi dan transaksi sehingga bermanfaat untuk melakukan transaksi pembelian kapan saja. Berbagai macam informasi dalam internet memudahkan pengguna untuk mencari layanan secara ekstensif, menyesuaikan informasi spesifikasi sesuai dengan kebutuhan, membandingkan harga, jenis bahkan tempat untuk mendapatkan produk dimana penjual dan pembeli tanpa harus bertemu tatap muka secara langsung yang sering disebut *electronic commerce*. *E-commerce* dapat menjadi sebuah lahan emas untuk sebagian orang yang dimana ingin terjun ke dalam dunia bisnis terutama *bisnisonline*[1].

Dahulu, jika ingin membeli pakaian atau barang yang memang diinginkan atau dibutuhkan pastinya harus memilih, berebut dengan pembeli lain dan juga mengantri panjang jika akan membayar. Namun sejak berkembangnya teknologi saat ini tidak perlu lagi untuk bersusah payah karena adanya aplikasi penjualan yang dapat memudahkan masyarakat Indonesia. Dengan adanya aplikasi online dapat membeli barang dengan mudah kapanpun dan dimanapun berada. Dengan adanya aplikasi online ini pembeli tidak perlu khawatir lagi karena penjual hanya akan menerima uang pembayaran setelah barang diterima oleh pihak pembeli. Selama barang belum sampai ditangan pembeli, uang tersebut akan tetap disimpan di rekening pihak ketiga[2].

Transaksi yang akan dilakukan juga aman tanpa perlu khawatir karena menggunakan layanan *escrow* atau rekening pihak ketiga. Tentunya dengan menggunakan *escrow* ini user dipermudah untuk melakukan transaksi dan

kecanggihan teknologi yang dapat membuat masyarakat Indonesia beralih menggunakan bisnis online atau membeli barang dengan cara online. Cukup dengan menggunakan *Smartphone* dapat mengakses situs aplikasi belanja online dengan mudah. Salah satu aplikasi yang saat ini banyak digunakan dan memang sangat menarik masyarakat Indonesia adalah *Shopee*. Para pejuang lahan emas berlomba-lomba membangun bisnis untuk menarik para pembeli dengan produk dan harga yang sangat unik dan menarik[2].

Berbelanja dengan cara online terasa sangat jauh lebih mudah dan sederhana, hanya dengan cara memilih barang melalui gambar dan juga video, melakukan pemesanan dan setelah itu membayar melalui transfer dan selanjutnya pembeli hanya tinggal menunggu barangnya sampai dan langsung diantar ke tempat berdasarkan alamat pemesanan. Hal ini memang sangat membantu karena lebih menghemat waktu dan tenaga dibandingkan dengan belanja secara langsung ke toko. Hal ini perlu terus dikembangkan melalui berbagai inovasi dan kreasi agar pergerakan ekonomi di Indonesia khususnya di pasar online semakin baik, dan bersiap menuju revolusi industri 5.0. Berikut ini adalah hasil survey online *Shopee* terbaik pada tahun 2020, sebagai berikut.



Gambar 1.1 Hasil Survey Top 10 E-Commerce di Indonesia

Dari Gambar 1.1, menunjukkan bahwa online shop yang terbaik 2020 adalah Shoope dengan persentase sebesar 71.53%, kemudian disusul dengan Tokopedia dengan persentase 69.8%. Hal ini menunjukkan bahwa Shoope sangat diminati oleh masyarakat saat ini.

Shopee merupakan sebuah aplikasi yang dimana bergerak dalam bidang jual beli secara online dan dapat diakses dengan cara sangat mudah dengan menggunakan *smartphone*. Shopee sendiri hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunaannya dalam melakukan kegiatan jual barang tanpa ribet dan juga berbelanja secara online tanpa harus keluar rumah. Namun cukup dengan menggunakan *smartphone*, pengguna dapat memilih berbagai produk- produk fashion hingga produk untuk kebutuhan sehari-hari. Dan tidak terkhawatirkan untuk keamanan transaksi dari Shopee sendiri sangat aman dan mudah. Selain menyediakan berbagai macam produk, keunggulan lain dari Shopee yaitu pembeli dapat mengembalikan barang atau dana jika barang yang di beli atau yang diterima dalam keadaan tidak sesuai yang diinginkan. Pengguna juga dapat menemukan barang dengan mudah pada kolom pencarian dengan cara meng-inputkan gambar barang atau keyword barang yang sedang dicari. Shopee juga menyediakan fitur gratis ongkir dan cashback untuk pengiriman atau pembelian barang. Shopee telah menduduki urutan ke-4 pada kategori pencarian *e-commerce* yang banyak diminati oleh pengguna dalam Top 40 *e-commerce* dengan jumlah 34.510.800 pengunjung setiap bulannya[1].

Namun banyaknya jumlah pengguna Shopee ini masih banyak yang merasa kecewa dengan pelayanan yang telah diberikan. Seperti terdapat pelanggan yang menerima barang tidak sesuai keinginan, fitur yang ada pada aplikasi tidak berjalan dengan sesuai, barang tidak sampai pada alamat tujuan, bahkan pengembalian dana yang tidak di proses oleh penjual. Tetapi banyak juga pelanggan yang merasa dan pengalaman yang baik setelah menggunakan shopee, seperti senang dengan adanya gratis ongkir dan cashback yang besar-besaran dimana hal itu memang sangat menguntungkan bagi pengguna Shopee. Tidak hanya pembeli tapi Shopee juga memfasilitasi si penjual untuk memasarkan dagangannya dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik

yang terintegrasi. Saat ini sudah lebih dari sepuluh juta pengunduh yang telah berlangganan Shopee[1].

Perkembangan Shopee ini menarik untuk dikaji, Oleh karena itu, penelitian ini diperlukan untuk menganalisis kualitas layanan yang diberikan oleh Shopee apakah mempengaruhi kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan sesuai dengan yang telah di hipotesiskan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu Shopee untuk meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan hasil penelitian agar pelanggan tetap senantiasa menggunakan Shopee. Ekspektasi yang terlalu tinggi terhadap pelayanan yang di angankannya kerap kali menjadi kecewa dan merasa pelayanan yang diberikan tidak sesuai Standar Operasional Procedure (SOP). *End User Computing Satisfaction* merupakan sebuah metode untuk mengukur tingkat kepuasan dari pengguna sistem aplikasi dengan membandingkan antara harapan dan kenyataan pada sebuah sistem informasi. Model yang akan digunakan yaitu EUCS dan TRAM yang dikombinasikan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pengguna Shopee.

Model *End User Computing Satisfaction* dikembangkan berdasarkan permasalahan diatas maka penulis melakukan penelitian untuk mengetahui kepuasan pengguna aplikasi online tersebut melalui kuesioner yang disebarkan ke beberapa responden dengan membandingkan antara harapan dan kenyataan sesuai model evaluasi EUCS yaitu : Kelengkapan isi (*content*), Keakuratan (*Accuracy*), bentuk (*format*), Kemudahan Pengguna (*Ease of Use*) dan yang terakhir Ketepatan waktu (*timelines*) dan juga menggunakan model TRAM (*Technology Readiness Acceptance Model*) yang sesuai dengan *Optimism*, *Innovativeness*, *Discomfort*, *Insecurity*, *Perceived usefulness*, *Perceived ease of use*, dan *Intention to use*[7].

1.2 Rumusan Masalah

Dalam rumusan masalah terdapat 3 poin penting yang terdiri dari permasalahan, solusi dari permasalahan dan pertanyaan peneliti.

1.2.1 Permasalahan

Permasalahan yang mendasari dilakukannya penelitian ini yaitu banyaknya penggunaan marketplace Shopee di Indonesia yang dimana Shopee sendiri menduduki tingkat pertama penggunaannya di Indonesia, selain itu masih banyak dari pengguna yang mengalami keluhan pada aplikasi Shopee saat digunakan hal tersebut memberikan dampak yang negatif terhadap kepuasan pengguna. Oleh karena itu dengan adanya penelitian ini diharapkan kepada pihak pengembang untuk meningkatkan performanya agar dapat memenuhi harapan penggunanya.

1.2.2 Solusi Permasalahan

Penelitian ini menggunakan metode EUCS (*End User Computing Satisfaction*) dan metode TRAM (*Technology Readiness Acceptance Model*) untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan pengguna Shopee. EUCS sendiri digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna terhadap suatu system, sedangkan TRAM sendiri metode yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kesiapan pengguna terhadap suatu system yang dimana 2 metode ini dapat digabungkan untuk memperoleh hasil penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti agar mendapatkan hasil yang diinginkan.

1.2.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang sehingga didapatkan pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Bagaimana menentukan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan pengguna Shopee berdasarkan kombinasi antara metode EUCS (*End User Computing Satisfaction*) dan metode TRAM (*Technology Readiness Acceptance Model*)?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Manfaat dan tujuan dari diadakannya penelitian ini dipaparkan pada penjelasan di bawah.

1.3.1 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis hasil penerapan dua metode yang dengan levelnya yaitu metode EUCS (*End User Computing Satisfaction*) dan TRAM (*Technology Readiness Acceptance Model*) terhadap pelayanan yang diberikan Shopee pada pelanggan dengan menggunakan analisis PLS-SEM agar mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan pengguna dan kepuasan pengguna terhadap Shopee.

1.3.2 Manfaat

1. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan masukan dan bahan koreksi bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya kepada konsumen sehingga dapat dijadikan upaya untuk meningkatkan performanya.

2. Bagi Peneliti

Dapat menambah pengetahuan mengenai kualitas layanan serta kepuasan konsumen dan mengaplikasikan ilmu yang selama ini diperoleh dari perkuliahan, khususnya manajemen operasional yang terfokus pada manajemen kualitasnya. Peneliti juga dapat mengetahui ulasan atau penilaian terhadap aplikasi Shopee dari pengguna di sekitar peneliti.

3. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti lain yang akan meneliti masalah sejenis penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi untuk penelitian berikutnya yang sama dan dapat memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

1.4 Batasan Masalah

Agar pembahasan lebih terarah berdasarkan perumusan masalah, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Objek dalam penelitian ini adalah aplikasi Shopee
2. Data yang didapatkan dari 100 responden yang merupakan pengguna aktif dan dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner pada pengguna Shopee
3. Kuisioner penelitian dibuat menggunakan *google form* dan disebarluaskan secara

online melalui media sosial

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mencapai suatu tujuan dari sistematika penulisan adalah untuk memperoleh suatu penyusunan masalah yang memang berkaitan dengan menggunakan metode penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang permasalahan, Batasan masalah, tujuan penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan landasan teori yang merupakan teori dasar dari teori yang dipakai untuk menyelesaikan permasalahan.

BAB III : ANALISA DAN PERENCANAAN SISTEM

Pada bab ini menjelaskan alur penelitian dan alur pengumpulan data yang akan digunakan, serta pengujian data.

BAB IV : PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini berisi tentang hasil dan analisa yang dilakukan pada penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran pada penelitian.