

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan *e-marketplace* di Indonesia semakin pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah pengguna *e-marketplace* di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya. *E-marketplace* yang banyak muncul di Indonesia berasal dari perusahaan lokal maupun perusahaan asing di luar Indonesia. Beberapa contoh *e-marketplace* tersebut adalah Tokopedia, Shopee dan Lazada yang telah populer di kalangan masyarakat Indonesia. Tokopedia dan Shopee tercatat sebagai *e-marketplace* yang menduduki dua peringkat teratas dengan jumlah pengunjung paling banyak selama periode kuartal I tahun 2022 di Indonesia [1]. Seiring berkembangnya inovasi digital, situs *e-marketplace* tidak hanya berfungsi sebagai ruang belanja *online* produk fisik saja akan tetapi menawarkan produk digital dan layanan *fintech* berupa *digital payment system*. *Fintech* di dalam situs *e-marketplace* memudahkan pengguna *e-marketplace* untuk melakukan transaksi keuangan di dalam sistem *e-marketplace*. Contoh produk digital yang tersedia dalam *e-marketplace* yaitu pembelian pulsa, e-voucher, paket data, listrik PLN, voucher game dan lain-lain [2].

Adanya beragam produk dan layanan yang kini tersedia dalam *e-marketplace* tentunya guna memenuhi kebutuhan konsumen *e-marketplace*. Hal tersebut searah dengan studi tentang perilaku konsumen *e-commerce* Indonesia yang dilakukan oleh Katadata *Insight Center* (KIC) dan Kredivo, dimana studi tersebut menemukan bahwa transaksi produk dalam kategori pulsa dan *voucher* memiliki proporsi tertinggi dibandingkan kategori produk lainnya pada tahun 2021. Studi ini menganalisis 16 juta sampel transaksi *e-commerce* sepanjang bulan Januari sampai bulan Desember tahun 2021 di lima *e-marketplace* terbesar di Indonesia. Hasilnya sebesar 23,4% transaksi yang dilakukan pengguna adalah transaksi produk kategori pulsa dan voucher [3]. Selain itu, *e-marketplace* juga memiliki layanan pembayaran *online* seperti pembayaran tagihan bulanan. Besar volume transaksi produk digital dan layanan pembayaran tagihan mengalami peningkatan sebesar 1,5% persen dibandingkan dengan volume transaksi tradisional, hal tersebut disebabkan karena berubahnya pola perilaku pengguna dari tradisional menuju otomatisasi [4].

Shopee adalah salah satu situs *e-marketplace* yang menyediakan penjualan produk digital dan layanan pembayaran digital berupa pembayaran tagihan bulanan. Dengan jumlah pengguna Shopee yang telah menggunakan situs *e-marketplace* ini, timbul persoalan yakni apakah pengguna telah merasa puas (*satisfaction*) terhadap produk dan layanan, sehingga nantinya berniat untuk menggunakan (*intention to use*) Shopee untuk melakukan pembelian produk digital dan menggunakan layanan pembayaran tagihan. Berdasarkan permasalahan ini, terdapat studi penelitian yang sudah dilakukan mengenai penerimaan pengguna berkaitan dengan layanan pembayaran melalui *e-marketplace*. Penelitian tersebut dilakukan oleh Rian Fitriana, dkk yang menerapkan model campuran dari model TPB dan TAM. Model TPB sendiri adalah singkatan dari *Theory Of Planned Behaviour*, sedangkan TAM adalah *Technology Acceptance Model*. Ada beberapa variabel dipakai dalam penelitian ini, antara lain *perceived ease of use*, *perceived behaviour control*, *actual behaviour*, *perceived usefulness*, *attitude*, *subjective norm* dan *behaviour intention*. Hasilnya, penelitian ini menemukan bahwa tidak semua dari variabel penelitian mempengaruhi variabel yang mewakili minat pengguna untuk menggunakan sistem secara signifikan [4].

Selain itu terdapat penelitian lain mengenai faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan pembayaran tagihan secara elektronik (*e-bill*) kartuHALO. Ema Novita Sari sebagai peneliti menerapkan model penerimaan TAM (*Technology Acceptance Model*), dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu variabel *perceived ease of use*, variabel *attitude toward using*, variabel *perceived of usefulness*, variabel *behavioral intention to use* dan variabel *actual use*. Penelitian ini menerangkan jika terdapat beberapa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap penerimaan teknologi serta model TAM dapat digunakan sebagai alat ukur penerimaan teknologi *e-bill* kartuHALO [5].

Selain model-model penerimaan pada dua penelitian tersebut, ada pula model penerimaan teknologi lain yakni model UTAUT (*Unified Theory Acceptance and Use of Technology*). Model UTAUT adalah suatu model yang tercipta dari perluasan dan pencampuran teori dan model penerimaan lain. Venkatesh, dkk adalah peneliti yang pertama kali mengembangkan pada tahun 2003 [6]. Beberapa model serta teori yang menjadi dasar saat pengembangan UTAUT yaitu *Theory of*

Reasoned Action (TRA), *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, *Task-Technology Fit Theory*, dan model *Technology Acceptance Model (TAM)*. Penggunaan model UTAUT dapat mengartikan bagaimana minat atau ketertarikan yang dimiliki oleh pengguna dalam penggunaan suatu teknologi serta bagaimana perilaku pengguna terhadap teknologi untuk masa mendatang. Pada model awal UTAUT, faktor yang mempengaruhi niat pelaku dan niat untuk menggunakan teknologi teridentifikasi sebanyak empat konstruk. Keempat konstruk tersebut yaitu konstruk ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi fasilitas (*facilitating condition*). Bagi model UTAUT, keempat konstruk tersebut adalah faktor penentu langsung niat penggunaan dan perilaku pengguna [7]. Penerimaan teknologi oleh pengguna ditunjukkan oleh konstruk niat pengguna dan atau perilaku penggunaan. Selain untuk mengidentifikasi penerimaan pengguna, model UTAUT dapat juga digunakan dalam pengukuran tingkat kepuasan pengguna suatu teknologi atau sistem informasi. Teori tersebut dibuktikan oleh Chan, dkk yang telah melakukan penelitian pada tahun 2010, dimana mengadopsi empat konstruk asli dari model UTAUT untuk membentuk dasar pertama pengukuran kepuasan pengguna terhadap sukses tidaknya suatu sistem informasi baru [7]. Selain itu, penelitian lain oleh Cho dan Ngai pada tahun 2014 menemukan bahwa adanya korelasi variabel kepuasan pengguna (*user satisfaction*) dan variabel niat pelaku untuk menggunakan (*intention to use*) [7].

Terdapat banyak penelitian sebelumnya terkait dengan penggunaan model UTAUT. Penelitian tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menghitung tingkat penerimaan teknologi pengguna. Di antara penelitian yang ada, terdapat penelitian yang telah dilakukan oleh Tri Handayani mengenai perilaku pengguna sistem informasi akademik STTNAS Yogyakarta. Dari penelitian yang telah dilakukan dengan model UTAUT tersebut, didapati hasil berupa adanya tiga variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Tiga variabel yang memiliki pengaruh positif adalah *Social Influence (SI)*, *Performance Expectancy (PE)* dan *Facilitating Condition (FC)*. Sedangkan hanya ada 1 variabel yaitu *Effort Expectancy (EE)* yang menghasilkan pengaruh tidak signifikan [8].

Penelitian lainnya adalah analisis terhadap *learning management system* guna mengetahui penerimaan pengguna dengan menggunakan model UTAUT yang dilakukan oleh Benedika Ferdian Hutabarat. Tujuan penelitian yaitu guna menentukan faktor apa saja yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan mengamati apakah terdapat pengaruh kepuasan pengguna terhadap niat pengguna untuk kembali konstan menggunakan sistem *e-learning*. Kepuasan pengguna dapat diasumsikan bahwa pengguna dapat menerima penggunaan *e-learning*. Konstruk atau variabel yang digunakan sebanyak 6 konstruk yang terdiri atas *Social Influence* (SI), *Performance Expectancy* (PE), *Facilitating Conditions* (FC), *Performance Expectancy* (PE), *User Satisfaction* (US), dan *Intention to Use* (IU). Hasil penelitian mengidentifikasi variabel *Effort Expectancy* (EE) mempengaruhi *User Satisfaction* (US), dan variabel *User Satisfaction* (US) mempengaruhi variabel *Intention to Use* (IU) [7]. Lebih lanjut, penelitian oleh Vincent Cho dan Eric Ngai (2014) membuktikan bahwa variabel *User Satisfaction* (kepuasan pengguna) memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Continued Usage Intention* (CUI) dimana variabel CUI melambangkan penggunaan berkelanjutan terhadap teknologi perangkat ponsel pintar [9].

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini akan melakukan analisis mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan pengguna untuk menggunakan Shopee guna membeli produk digital dan melakukan pembayaran tagihan, dengan cara melihat pengaruh antar variabel dengan menerapkan model UTAUT. *E-marketplace* Shopee dipilih sebagai studi kasus penelitian ini karena berdasarkan *polling* yang telah dilakukan oleh peneliti, 30 dari 50 orang memilih Shopee dibandingkan Tokopedia. Selain itu, merujuk dari penelitian sebelumnya, menunjukkan bahwa Shopee lebih banyak dipilih pengguna untuk melakukan pembayaran tagihan bulanan dibandingkan Tokopedia [4]. Sedangkan pemilihan model teori UTAUT dikarenakan berdasarkan literatur ilmiah, diketahui bahwa model UTAUT lebih berhasil menjelaskan faktor penerimaan teknologi diantara delapan model lainnya. Hal ini dikarenakan model ini adalah model hasil gabungan dari teori dan model yang telah ada sebelumnya [10]. Lebih lanjut, dalam penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna serta akan melakukan analisis untuk membuktikan apakah kepuasan

pengguna dapat mempengaruhi niat pengguna untuk terus menggunakan Shopee saat membeli produk digital maupun melakukan pembayaran tagihan di masa mendatang. Dimana hal tersebut dapat mengukur tingkat penerimaan pengguna terhadap Shopee. Maka dengan itu penelitian ini diberi judul “**Analisis Penerimaan Pengguna Shopee Terhadap Fitur Pulsa, Tiket Dan Tagihan Menggunakan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT)**”. Penelitian ini diharapkan dapat menemukan faktor apa saja yang berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pengguna dan juga dapat menjadi saran bagi pihak Shopee guna memperbaiki sistem menjadi lebih baik, khususnya pada kategori produk digital dan menu pembayaran tagihan.

1.2 Rumusan Masalah

Terdapat tiga poin dalam rumusan masalah. Tiga poin ini terdiri dari permasalahan, solusi dari permasalahan dan pertanyaan penelitian. Berikut ketiga poin rumusan masalah:

1.2.1 Permasalahan

Produk kategori digital dan *voucher* menempati peringkat teratas sebagai kategori produk yang memiliki jumlah transaksi terbanyak pada tahun 2021. Pada aplikasi Shopee Indonesia, produk digital dan *voucher* dapat ditemui pada fitur pulsa, tiket dan tagihan. Berdasarkan data transaksi produk digital dan *voucher* tersebut, menunjukkan adanya pengguna Shopee yang menggunakan fitur pulsa, tiket dan tagihan. Fitur pulsa, tiket dan tagihan pada aplikasi Shopee juga mengalami perkembangan seiring waktu. Hal tersebut menyebabkan adanya pengguna yang mengalami kendala saat menggunakan fitur pulsa, tiket dan tagihan, hal ini dapat berdampak pada kepuasan pengguna serta penerimaan pengguna terhadap fitur pulsa, tiket dan tagihan. Oleh karena itu perlu diketahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna serta penerimaan fitur pulsa, tiket dan tagihan oleh pengguna sehingga dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak pengembang Shopee untuk meningkatkan performa agar memenuhi harapan pengguna.

1.2.2 Solusi Permasalahan

Berdasarkan permasalahan diatas, solusi yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan proses analisis terhadap faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap

kepuasan dan penerimaan fitur pulsa, tiket dan tagihan oleh pengguna aplikasi Shopee Indonesia dengan menerapkan model *Unified Theory Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT).

1.2.3 Pertanyaan Penelitian

Berlandaskan uraian dari latar belakang dan permasalahan diatas didapatkan pertanyaan penelitian yaitu, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan dan penerimaan fitur pulsa, tiket dan tagihan pada aplikasi Shopee oleh pengguna berdasarkan model *Unified Theory of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT)?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu guna dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna dan adakah pengaruh kepuasan pengguna (*user satisfaction*) terhadap niat perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention to use*) sehingga pengguna dapat menerima fitur pulsa, tiket dan tagihan pada aplikasi Shopee berdasarkan model *Unified Theory of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT).

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian ini yaitu penelitian ini dapat turut serta menyumbang dan menambah wawasan pemikiran serta ilmu pengetahuan mengenai model UTAUT yang diterapkan untuk mengkaji faktor-faktor penerimaan suatu teknologi bagi pengguna, baik secara teori maupun praktek. Serta diharapkan dapat menjadi salah satu dari banyak acuan yang dapat digunakan untuk melatih cara berpikir dalam menganalisis permasalahan yang akan dihadapi di kemudian hari mengenai topik penerimaan pengguna. Khususnya mengenai permasalahan pada penerimaan fitur-fitur yang mungkin akan ditambahkan di kemudian hari di dalam situs maupun aplikasi *e-marketplace* Shopee.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini didasari oleh latar belakang permasalahan. Batasan masalah ini diharapkan dapat menjadi fokus penelitian sehingga tidak menyebar diluar area pembahasan yang akan dilakukan dalam penelitian. Batasan masalah penelitian antara lain:

1. Data penelitian diperoleh dari pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan secara *online* kepada pengguna aplikasi Shopee Indonesia yang pernah melakukan transaksi pembelian pulsa dan pembayaran tagihan bulanan yang terdapat dalam fitur pulsa, tagihan dan tiket.
2. Jumlah sampel data yang digunakan sebanyak 272 responden.
3. Penyusunan instrumen penelitian menggunakan Model UTAUT.
4. Analisis uji pada data penelitian yang akan dilakukan yaitu menggunakan metode PLS-SEM dengan menggunakan bantuan tools SMART-PLS 3.0.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I memuat tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan batasan masalah.

- **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab II memuat tentang teori penunjang yang berkaitan, serta penelitian-penelitian sebelumnya untuk mendukung dan mendasari penelitian.

- **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab III memuat tentang alur penelitian secara umum, alur analisis data, serta penyusunan instrumen penelitian.

- **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab III memuat tentang hasil analisis terhadap data yang sudah diolah dan pembahasan terkait hasil analisis yang didapatkan.

- **BAB V PENUTUP**

Bab IV memuat kesimpulan dari laporan penelitian dan saran penelitian selanjutnya.