

BAB I

PENDAHULUAN

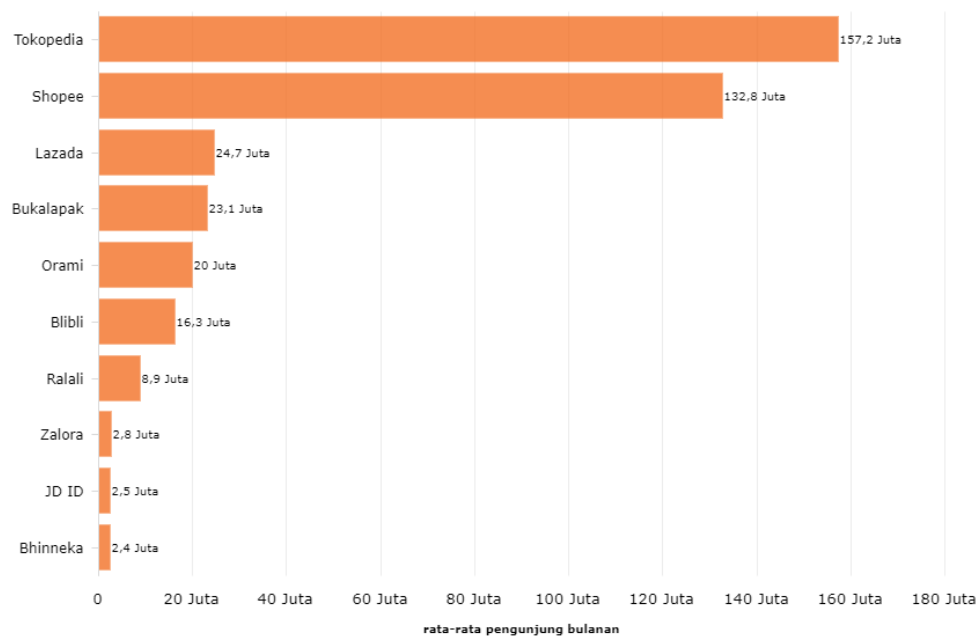
1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di dunia maya saat ini mulai terlihat dari permintaan masyarakat berupa belanja *online* dan transaksi jual beli *online* (*e-commerce*). Kemajuan teknologi informasi menciptakan nilai yang signifikan dalam dunia bisnis. Terbukti setiap tahunnya terdapat perusahaan rintisan (*startup*) yang berkembang di berbagai macam usaha seperti gaming, property, komersial, asuransi, sekuritas dan transportasi [1]. Hal ini membutuhkan adaptasi terhadap teknologi itu sendiri di hampir semua aspek kehidupan. Pola konvensional yang mengandalkan perdagangan bisnis *offline* sudah mulai beralih ke bisnis *online*. Berdasarkan kebutuhan dan tuntutan zaman, akhirnya bisnis *online* menjadi sarana bisnis yaitu *e-commerce*.

E-commerce merupakan kegiatan transaksi *online* yang terjadi melalui media dan perangkat internet, serta dengan maraknya *smartphone* di era teknologi saat ini, dunia bisnis juga beradaptasi dan berkembang mengikuti perkembangan bisnis mobile. Belanja *online* mungkin melibatkan transfer uang secara elektronik, pertukaran data secara elektronik, sistem inventaris otomatis, serta sistem pengumpulan data secara otomatis. Sehingga *e-commerce* dapat dikatakan sebagai pemasaran barang atau jasa sistem informasi yang menggunakan teknologi internet. *E-commerce* telah menerima banyak perhatian dari perspektif masyarakat umum. Hal ini didasarkan pada perilaku dan kebiasaan orang-orang yang konsumtif dan menginginkan semuanya secara instan, yang menjadikan *e-commerce* sebagai peluang untuk memenuhi kebutuhan orang tanpa harus meninggalkan rumah untuk pergi ke pusat perbelanjaan [2].

Menurut [3] jumlah penduduk Jawa Timur tahun 2022 sebanyak 41,15 juta jiwa. Apabila dibandingkan dengan jumlah penduduk saat Sensus Penduduk 2020 (40,67 juta jiwa), maka jumlah penduduk Jawa Timur meningkat sekitar 0,68% per tahun. Ditinjau dari komposisi jenis kelamin penduduk Jawa Timur tahun 2022 sebesar 99,52, menunjukkan bahwa dari setiap 10.000 penduduk perempuan ada sebanyak 9,952 penduduk laki-laki. Masyarakat Jawa Timur menganggap internet adalah hal yang mendorong peningkatan teknologi masa kini. Peningkatan teknologi dibidang komunikasi khususnya internet sangat berpengaruh terhadap perubahan sikap dan perilaku konsumen. Masyarakat Jawa Timur juga sudah tidak asing lagi dengan situs atau aplikasi belanja *online* seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, dll. Dari banyaknya situs atau aplikasi belanja *online* salah satunya Tokopedia dan Shopee menjadi ketertarikan penulis untuk melakukan penelitian pada konsumen di Provinsi Jawa Timur.

Menurut artikel laporan survei *e-commerce* 2022 yang diunggah oleh [4], hasil survei menunjukkan bahwa sejak 25 Agustus hingga 10 September 2022, terdapat total 334 responden di 20 provinsi di Indonesia, yang mewakili sebanyak 43,2% responden dikatakan frekuensi pembelian *online* mereka tidak berubah. Dibandingkan saat kasus Covid-19 masih tinggi. Bahkan, sebanyak 37,7% responden menyatakan bahwa mereka kini semakin banyak melakukan belanja *online*. Adapun *e-commerce* yang paling sering digunakan yaitu Tokopedia dengan total kunjungan mencapai 157,2 juta pada kuartal I 2022. Sementara Shopee berada di urutan kedua dengan rata-rata pengunjung bulanan 132,77 juta pada kuartal I 2022.



Gambar 1. 1 Pengunjung *E-commerce* Kuartal I 2022

Sumber: [5]

Berdasarkan Gambar 1.1 terlihat bahwa *e-commerce* Tokopedia dan Shopee, memiliki pengunjung terbanyak di bandingkan dengan *e-commerce* lainnya. Hal ini menunjukkan semakin banyaknya permintaan belanja *online*. Dalam upaya untuk meningkatkan efisiensi penjualan, Tokopedia dan Shopee memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen. Konsumen dapat menggunakan aplikasi Tokopedia dan Shopee dengan mengunduhnya dari *Play Store* atau *App Store* untuk memilih jenis produk yang ingin dibeli, dan dapat digunakan secara *online* selama 24 jam. Dari segi performa sistem, kedua aplikasi ini memiliki kesamaan yaitu jika ingin berbelanja di Tokopedia harus membuat sebuah akun yang bisa digunakan dan masih aktif untuk memesan produk yang diinginkan, begitu juga dengan Shopee. Kedua aplikasi tersebut

menawarkan kolom *dropshipper* untuk membantu memasarkan produk yang ingin ikut berbisnis. Pemesanan cukup mudah dengan memasukkan nama dan nomor ponsel anda.

Tokopedia dan Shopee adalah bagian dari platform *e-commerce* berbasis mobile yang mewadahi jual beli secara *online*. Pada tahun 2009 Tokopedia didirikan, Tokopedia sudah berubah menjadi *unicorn* yang berpengaruh di Indonesia tetapi juga di Asia Tenggara. Seperti Tokopedia, Shopee didirikan pada tahun 2009 dan diluncurkan pertama kali di Singapura pada 2015 serta diperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Dua toko *online* ini telah melakukan perubahan untuk menarik minat konsumen berbelanja lebih banyak melalui aplikasi.

Penerapan sistem informasi yang memiliki karakteristik pastinya akan sangat bergantung pada tujuan sistem tersebut dibuat dan dikembangkan. Dari sudut pandang dunia bisnis, salah satu tujuan terpenting yaitu bagaimana suatu sistem yang dikembangkan dapat memuaskan pengguna. Hal tersebut akhirnya merujuk pada loyalitas konsumen dengan melakukan pembelian kembali menggunakan aplikasi yang ditawarkan, yang dalam hal ini adalah Tokopedia dan Shopee.

Kepercayaan konsumen akan tercipta ketika kebutuhan dan harapan mereka terpenuhi dengan kualitas tinggi. Sehingga kepuasan pelanggan menjadi parameter penting dalam membangun perusahaan yang berkelanjutan. Standart kualitas yang digambarkan dalam *e-commerce* berupa layanan aplikasi yang dapat memberikan kemudahan kepada konsumen.

Kepuasan pelanggan terhadap *e-commerce* merupakan faktor terpenting dalam kelangsungan hidup pada toko *online*, jika seorang pembeli di situs *online* atau *mobile apps* merasa puas maka dapat dikatakan toko *online* tersebut telah berhasil dan dapat menarik pelanggan tetap ke situs *online* tersebut. Loyalitas adalah komitmen mendalam untuk membeli kembali atau mendukung kembali produk atau layanan yang disukai di masa depan, meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran dapat memotivasi pelanggan untuk beralih. Kepuasan konsumen dinyatakan dalam loyalitas yang dapat dilihat melalui aktivitas pembelian berulang.

Hasil penelitian dari [6] nilai harapan pengguna aplikasi Shopee sangat tinggi yaitu sebesar 86,92%, sedangkan nilai persepsinya hanya 68,78%. Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) aplikasi Shopee sebesar 68,62%. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Matriks Importance Performance Analysis* (IPA), matriks ini digunakan untuk mengetahui atribut yang menjadi prioritas yaitu pada kuadrat A yang terdiri dari 11 atribut, kuadrat B terdiri dari 4 atribut, kuadrat C terdiri dari 2 atribut dan kuadrat D terdiri dari 2 atribut.

Hasil penelitian [7] menjelaskan bahwa secara parsial tiap-tiap variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan secara simultan keenam variabel yaitu secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal ini proses yang sangat berpengaruh terhadap peningkatan kualitas pelayanan belanja di Tokopedia yaitu peningkatan kualitas pelayanan yang sangat mempengaruhi konsumen dalam menentukan keberhasilan kepuasan pengguna. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *e-service quality*.

Dari hasil penelitian-penelitian diatas, maka peneliti ingin membuat perbandingan keberhasilan dan penerimaan pengguna terhadap *e-commerce* Tokopedia dan Shopee dengan menggunakan metode Delone dan Mclean. Dengan menggunakan metode ini dimaksudkan untuk mempermudah peneliti dalam mengukur variabel-variabel yang dapat mempengaruhi atau berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan dan penerimaan Tokopedia dan Shopee. Model Delone dan Mclean menjadi salah satu dasar dari penelitian ini. Delone dan Mclean memiliki banyak variabel yang dinilai relevan dalam mengukur keberhasilan sistem terkait suatu investasi. Dengan begitu model tersebut layak dijadikan sebagai landasan teori.

Delone dan McLean diyakini dapat digunakan untuk mempelajari keberhasilan sistem karena Delone dan McLean memiliki 6 variabel yaitu kepuasan pelanggan, kualitas sistem, penggunaan, kualitas informasi, kualitas layanan, serta manfaat bersih [8]. Berdasarkan penjabaran tersebut, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan dan penerimaan *e-commerce* dengan menggunakan model Delone & McLean di Provinsi Jawa Timur.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis ingin melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Analisis Perbandingan Keberhasilan Dan Penerimaan *E-commerce* Dengan Model Delone & Mclean (Studi Kasus Pada Tokopedia Dan Shopee)”**.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Permasalahan

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu mengevaluasi perbandingan tingkat penerimaan dan keberhasilan *e-commerce* Tokopedia dan Shopee serta menentukan faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan dan penerimaan *e-commerce* Tokopedia dan Shopee.

1.2.2 Metode Usulan

Dalam menganalisis perbandingan keberhasilan dan penerimaan *e-commerce* mengusulkan model Delone & McLean berdasarkan data responden kuesioner pada *e-commerce* Tokopedia dan Shopee.

1.2.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan metode yang dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan yaitu:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan dan penerimaan *e-commerce* Tokopedia dan Shopee?
2. Bagaimana hasil pengujian model keberhasilan dan penerimaan *e-commerce* Tokopedia dan Shopee?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Suatu penelitian yang akan dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan didalamnya. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan penerimaan *e-commerce* Tokopedia dan Shopee.
2. Mengetahui hasil pengujian model keberhasilan dan penerimaan *e-commerce* Tokopedia dan Shopee.

1.3.2 Manfaat

Adapun manfaat yang didapatkan pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Pada penelitian ini sebagai referensi penelitian kuantitatif keberhasilan dan penerimaan *e-commerce* Tokopedia dan Shopee.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak antara lain sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan

Dengan adanya penelitian ini bisa menjadi bahan evaluasi dalam mengembangkan sistem yang baik dan efektif untuk pengguna *e-commerce*.

- b. Bagi kampus

Dengan adanya penelitian ini bisa menjadi referensi sejenisnya untuk pengembangan penelitian.

c. Bagi penulis

Dengan adanya penelitian ini sebagai sarana dalam menambah pengetahuan tentang keberhasilan dan penerimaan *e-commerce*.

d. Bagi pembaca

Dengan adanya penelitian ini bisa memberikan informasi tentang keberhasilan dan penerimaan *e-commerce*.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada dua *e-commerce*, yaitu Tokopedia dan Shopee.
2. Target responden pada penelitian ini yaitu masyarakat di Provinsi Jawa Timur yang menggunakan Tokopedia dan Shopee yaitu mahasiswa dan pekerja.
3. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perbandingan keberhasilan dan penerimaan *e-commerce* Tokopedia dan Shopee berdasarkan persepsi nilai pengguna terhadap keberhasilan dan penerimaan aplikasi Tokopedia dan Shopee.
4. Secara teoritis, penelitian ini menggunakan model Delone & Mclean yang telah dikembangkan dengan menggunakan 6 variabel yaitu: kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, kepuasan pengguna, manfaat bersih.
5. Secara metodologi, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner dengan penyebaran secara *online* dan menggunakan pengukuran sampel dengan skala likert.
6. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dimana pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan adapun kriteria responden yaitu sebagai berikut:
 - 1) Berdomisili di wilayah Provinsi Jawa Timur
 - 2) Responden merupakan mahasiswa atau pekerja
 - 3) Responden berusia 17 tahun keatas.
 - 4) Pernah berbelanja menggunakan Tokopedia dan Shopee minimal 1 kali transaksi.
7. Analisis data menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) yang diolah dengan menggunakan *software* AMOS.

1.5 Sistematika Penulis

Sistematika pembahasan untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi ini dan terutama agar skripsi ini menjadi terarah dan sistematis, maka penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab. Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, batasan masalah serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan dasar-dasar teori yang mendukung dalam analisis perbandingan keberhasilan dan penerimaan *e-commerce*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan tentang penjelasan rencana, langkah, dan tahapan kegiatan yang akan dilakukan dalam penelitian, mulai dari awal sampai selesai.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISA

Berisikan tentang proses pengolahan data dan penjelasan hasil pengujian analisis yang telah dilakukan serta pembahasan setelah hasil analisis diperoleh.

BAB V PENUTUP

Berisikan kesimpulan terkait dengan hasil analisis dan saran untuk pengembang dan penelitian berikutnya.

