

## BAB I

### PENDAHULUAN

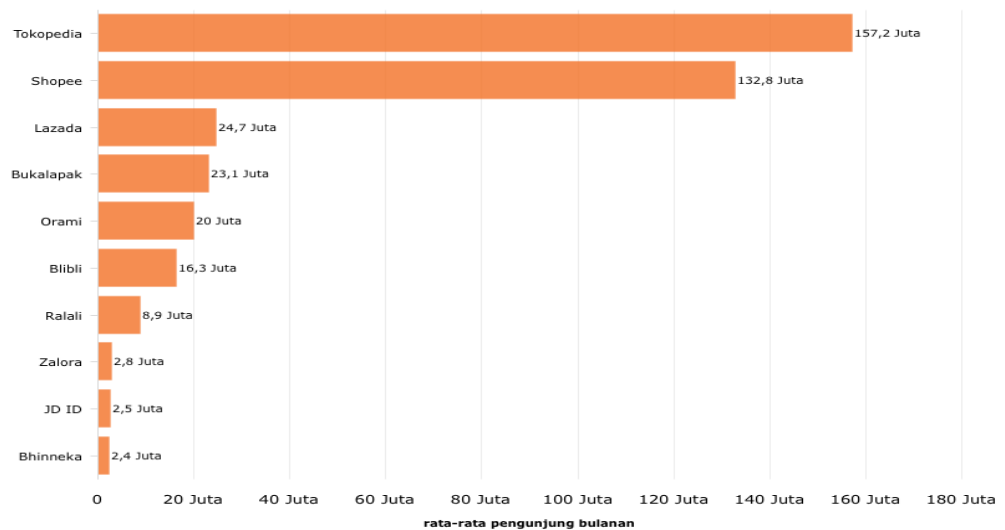
#### A. Lalar Belakang

Di Indonesia tingkat pengguna internet terus berkembang dengan pesat setiap tahunnya, hal tersebut dapat dibuktikan dalam survei terbaru yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Menurut survei tersebut pengguna internet Indonesia pada tahun 2021 hingga Kuartal II 2022 berjumlah 77,2% dari seluruh populasi yang ada di Indonesia atau setara dengan 210 juta orang yang telah menggunakan internet dari total populasi yang ada di Indonesia pada tahun 2021, dengan total penduduk sebesar 272.7 juta berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS). Hal tersebut terjadi peningkatan dibandingkan pada tahun 2018 dengan tingkat penetrasi pengguna internet masih 64,80% dan pada 2019-2020 Kuartal II menjadi 73,70%. Berdasarkan laporan Digital Indonesia oleh *Hootsuite (We are Sosial)* mayoritas penduduk Indonesia pada Kuartal I 2022 mengakses internet selama 8,6 jam per harinya angka tersebut lebih besar dibandingkan tahun 2020 dengan rata-rata 7,9 jam perharinya. Terdapat 3 faktor alasan pengguna mengakses internet menurut APJII, yaitu: komunikasi pesan *online*, sosial media dan belanja *online*.

Dengan kenaikan internet yang signifikan, perkembangan *e-commerce* di Indonesia juga mengalami kenaikan, meningkatnya jumlah pengguna *e-commerce* dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat yang semakin *modern*. Penelitian yang dilakukan oleh (Rakhmawati et al., 2021), menjelaskan bahwa salah satu faktor

yang menyebabkan terjadinya kenaikan yang pesat pada sektor *e-commerce* adalah penetrasi internet dan *smartphone*. Ditambah dengan adanya pandemi Covid 19 yang merubah setiap kegiatan di masyarakat menjadi kebiasaan baru, salah satunya terhadap kegiatan belanja. Hal tersebut juga berpengaruh terhadap peningkatan daya beli masyarakat melalui situs *e-commerce* hingga saat ini.

Berdasarkan laporan yang diterbitkan *we are social* pada Kuartal I 2022 sekitar 158,6 juta orang bertransaksi untuk memenuhi kebutuhan belanja melalui *e-commerce*. Dilansir dari situs *kominfo.go.id*, Indonesia termasuk salah satu dari 10 negara terbesar dalam pertumbuhan *e-commerce* dengan tingkat pertumbuhan sebesar 78% dan Indonesia berada di peringkat ke-1, sementara Meksiko berada di peringkat kedua dengan nilai pertumbuhan 59%, sehingga internet memiliki dampak yang besar terhadap pertumbuhan perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia (Fadhillah et al., 2021).



Sumber: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)

**Gambar 1.1 Peringkat *E-commerce* di Indonesia**

Pada Gambar 1.1 menunjukkan Tokopedia menjadi nomor 1 sebagai *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi di Indonesia selama Covid 19 hingga saat ini, dengan mengalahkan *brand* besar saingannya, yaitu Shopee. Menurut data situs *databoks.katadata.co.id* terdapat 10 (sepuluh) *marketplace e-commerce* dengan jumlah pengunjung terbanyak di Indonesia, yaitu Tokopedia berada di urutan pertama dengan jumlah pengunjung rata-rata sebanyak 157,2 juta, Shopee sebanyak 132,8 juta, Lazada sebanyak 24,7 juta, Bukalapak sebanyak 23,1 juta, dan disusul oleh Orami sebanyak 20 juta.

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) dapat didefinisikan sebagai aplikasi atau situs yang berbasis teknologi informasi dalam setiap aktivitas perdagangan (jual-beli) untuk memenuhi kebutuhan baik jasa maupun barang dengan transaksi yang mudah dan praktis (Bt Mohd & Zaaba, 2019). *E-commerce* mengacu pada perkembangan tren ekonomi menggunakan suatu jaringan yang berkaitan dengan kegiatan transaksi penjualan secara *online*. Dengan pesatnya pertumbuhan pengguna *marketplace* di Indonesia, maka akan terus timbul persaingan yang terjadi antar sesama perusahaan *e-commerce* dalam menciptakan suatu keunggulan. Tantangan dalam melakukan bisnis *e-commerce* adalah memberikan dan mempertahankan kualitas serta eksistensi dalam memenangkan pasar (Rita et al., 2019).

Menurut Abdu'a & Wasiyanti (2019), keberhasilan *e-commerce* harus diimbangi dengan keberhasilan sistem informasi, tanpa adanya sistem informasi yang baik maka tidak akan ada transaksi pada *e-commerce*, sehingga perusahaan *e-commerce* harus bisa menyediakan sistem informasi yang andal serta berkualitas

sehingga pengguna akan merasa puas. *Electronic Satisfaction (E-Satisfaction)* masih menjadi masalah besar dalam bisnis *e-commerce*, karena kepuasan pengguna merupakan salah satu faktor penting dalam kesuksesan serta keberhasilan *e-commerce* (Angelina et al., 2019). *E-Satisfaction* muncul dari berbagai interaksi antara pengguna dan penyedia layanan.

Menurut pernyataan, Asfour & Haddad (2014), *E-Satisfaction* merupakan sebuah evaluasi positif pelanggan berdasarkan keseluruhan pengalaman yang diberikan secara *online* dalam memenuhi kebutuhan serta harapannya, sehingga kepuasan akan memberikan respon positif terhadap suatu perusahaan. *E-Satisfaction* pada *e-commerce* dipengaruhi salah satunya oleh *System Quality*. *E-commerce* sendiri mengacu pada pelaksanaan transaksi atau pengelolaan kegiatan bisnis dengan menggunakan teknologi internet. *System Quality* memainkan peran penting dalam keberhasilan sistem informasi sebagai kepuasan pengguna. Hal tersebut dapat dianggap sebagai faktor yang penting bagi perusahaan, pengembang dan pengguna (Gao & Li, 2019).

*System Quality* atau Kualitas Sistem adalah sejauh mana suatu industri dapat merepresentasi kualitas serta keandalan pada suatu sistem itu sendiri untuk meningkatkan kinerja operasional. Selain itu, menurut Model Sistem Informasi, *system quality* adalah atribut keberhasilan kritis yang mempengaruhi kepuasan pengguna dan niat untuk menggunakan (Dreheeb et al., 2016). *System Quality* mengacu pada sejauh mana sistem mudah untuk digunakan dan pelanggan merasakan bahwa kemudahan penggunaan adalah aspek lain yang berkontribusi untuk menilai *System Quality* (Alzahrani et al., 2019). Ketika *System Quality* baik

menurut persepsi pengguna, maka pengguna akan merasa puas saat menggunakan sistem tersebut. Semakin tinggi *System Quality* tersebut maka akan berdampak pada tingginya tingkat kepuasan pengguna terhadap sistem informasi, sehingga penyelenggara dan pengembang harus meningkatkan *System Quality* pada aplikasi dan *website*, sehingga pengguna dapat dengan baik untuk melakukan transaksi pembelian pada *e-commerce* (Rakhmadian et al., 2017).

*Information Quality* atau Kualitas Informasi dapat mempengaruhi kepuasan antara pengguna terhadap teknologi yang mereka gunakan. Informasi berkualitas tinggi memungkinkan pengguna untuk memperoleh manfaat informasi yang dapat membantu meningkatkan pemahaman lebih terkait produk/jasa dan lainnya pada *e-commerce* (Mardjo, 2019). *Information Quality* adalah sejauh mana sistem menyediakan informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan keinginan terhadap informasi tersebut. *Information Quality* dapat dianggap sebagai konstruksi utama terhadap pelanggan untuk bertransaksi sehingga *Information Quality* yang baik pada sistem akan mendorong pengguna untuk menggunakan sistem *e-commerce* dan merasa puas (Ngoc Duy Phuong & Thi Dai Trang, 2018).

*Elektronik Service Quality* (E-ServQual) dapat menjadi metode yang efektif dalam mempertahankan kualitas sebagai keunggulan dari *e-commerce* terhadap kepuasan pengguna. E-ServQual adalah penilaian dan evaluasi dari pelanggan secara keseluruhan atas keunggulan serta kualitas dari layanan *online* yang diberikan. E-ServQual menjadi poin penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif pasar *online* terhadap kepuasan pengguna belanja *online* (Cobelli et al., 2019). E-ServQual dikatakan baik, apabila layanan yang diterima sesuai dengan

harapan pengguna, Sebaliknya jika layanan yang diterima lebih buruk dari yang diharapkan, maka layanan elektronik juga dianggap buruk. Jika E-ServQual dapat terpenuhi dengan baik, maka layanan tersebut dikatakan memuaskan (Ariani, 2015).

Dalam penelitian sebelumnya telah menguji tiga faktor yang mempengaruhi kesuksesan sistem informasi (SI). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa *System Quality*, *Information Quality* dan *E-ServQual* mempengaruhi *E-Satisfaction* pengguna dan ketiga variabel tersebut sangat penting bagi perusahaan (Stefanovic et al., 2016). Peneliti lain menunjukkan hasil bahwa *System Quality* tidak secara statistik mempengaruhi *E-Satisfaction* sedangkan *Information Quality* dan *E-ServQual* mempengaruhi *E-Satisfaction* secara signifikan (Sharma & Sharma, 2019). Dengan terdapatnya hasil yang bervariasi serta semakin penting mengingat masih banyaknya keluhan terkait pada sistem informasi *e-commerce*, perlu dikaji faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna pada sistem informasi *e-commerce*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian pada pengguna *marketplace e-commerce* untuk menguji “Pengaruh *System Quality*, *Information Quality* dan *Electronic Service Quality* terhadap *Electronic Satisfaction* pada Sistem Informasi”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi:

1. Apakah *System Quality* berpengaruh terhadap *E-Satisfaction*?

2. Apakah *Information Quality* berpengaruh terhadap *E-Satisfaction*?
3. Apakah E-ServQual berpengaruh terhadap *E- Satisfaction*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *System Quality* terhadap *E-Satisfaction* secara positif dan signifikan.
2. Untuk menguji pengaruh *Information Quality* terhadap *E-Satisfaction* secara positif dan signifikan
3. Untuk menguji pengaruh E-ServQual terhadap *E-Satisfaction* secara positif dan signifikan.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Dapat menjadi referensi serta informasi untuk peneliti-peneliti lainnya terkait *System Quality, Information Quality* dan *E- ServQual* terhadap *E- Satisfaction*

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan Sistem Informasi yang baik pada *e-commerce* sehingga menciptakan *E-Satisfaction* terhadap pengguna terkait dengan *System Quality, Information quality* dan *E-Servqual*.