

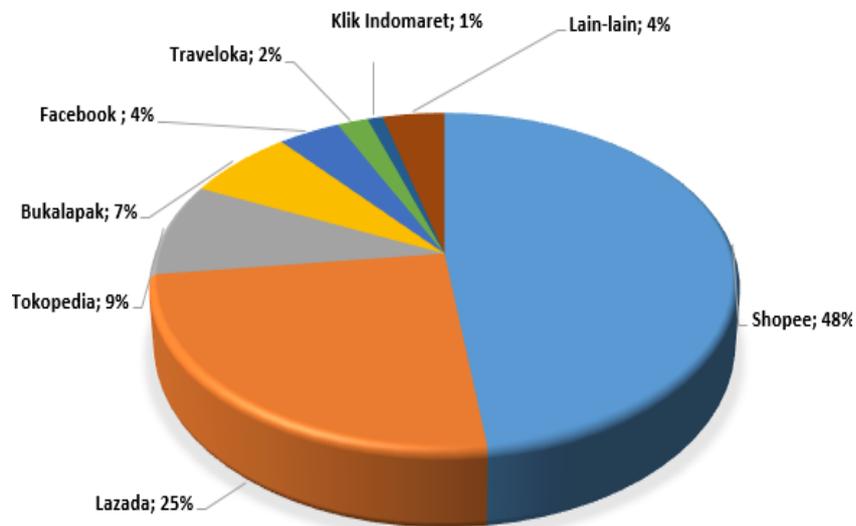
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Shopee merupakan *mobile-platform* pertama di Asia Tenggara (Indonesia, Filipina, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam) dan Taiwan dengan menawarkan transaksi jual beli online yang menyenangkan, gratis, dan terpercaya menggunakan ponsel (Liputan6, 2015). Semua orang dapat bergabung menjadi pengguna entah sebagai pembeli maupun penjual dengan kemudahan berbelanja berbagai penawaran menarik yang diberikan penjual kapan saja, di mana saja dengan jaminan keamanan transaksi.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa Shopee merupakan toko online pilihan masyarakat pengguna Internet dalam berbelanja online mengungguli toko online besar lainnya pada tahun 2020.



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Toko Online Pilihan Masyarakat Indonesia Tahun 2019-2020

Sumber: Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia (APJII, 2019-2020)

Awal mula kedatangan Shopee masuk ke Indonesia pada akhir tahun 2015 menjadi salah satu pendatang baru dalam dunia *e-commerce* Indonesia, sebelumnya

Indonesia telah memiliki platform dalam negeri yaitu Tokopedia dan Bukalapak yang telah menguasai pasar *e-commerce* Indonesia. Pertumbuhan pesat Shopee di Indonesia ditunjukkan dengan kesuksesannya menduduki posisi pertama toko online pilihan pengguna internet untuk berbelanja digambarkan dalam diagram Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Toko Online Pilihan Masyarakat Indonesia Tahun 2019-2020 tercatat lebih dari 72 juta masyarakat Indonesia memilih Shopee sebagai Toko Online Pilihan Pengguna Internet 2019-2020.

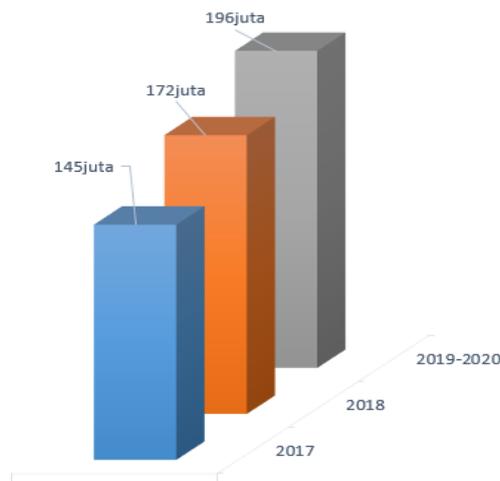
Sebelumnya Shopee dikenal dengan layanan “Gratis Ongkir” untuk semua pelanggannya, tidak cukup sampai disitu Shopee terus melakukan pengembangan dan peningkatan pelayanannya untuk memenuhi kebutuhan serta kepuasan pelanggannya. Ditunjukkan Shopee dengan meluncurkan sistem informasi pembayaran baru yaitu “*Cash On Delivery*” pada akhir 2018 yang dipercaya dapat menjadi solusi bagi masyarakat untuk melakukan belanja online tanpa ribet. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan minat masyarakat dalam berbelanja online.

Perkembangan pesat yang telah dilakukan Shopee pada pasar *e-commerce* Indonesia menjadi alasan utama mengapa Shopee terpilih sebagai *Platform* yang menduduki peringkat pertama dalam pemilihan pengguna internet pada tahun 2019-2020. Oleh sebab itu penulis memilih Shopee sebagai objek penelitian.

1.2 Latar Belakang Penelitian

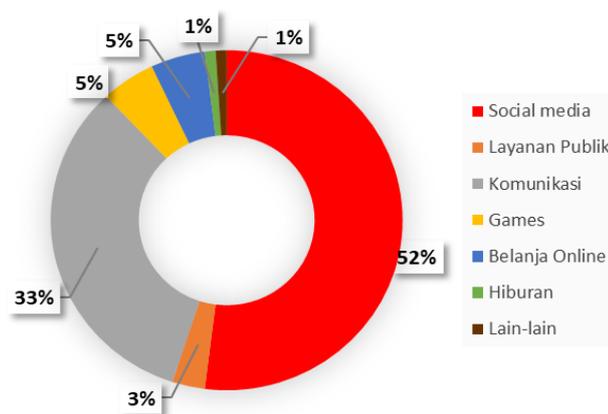
Indonesia mengalami pertumbuhan *e-commerce* yang sangat pesat, berdasarkan data dari Kominfo ekonomi Indonesia berada di posisi kedua setelah China, Rosarita Niken Widiastuti sebagai Perwakilan Kominfo dalam Iconomics PR Person Awards (2020:12) mengungkapkan bahwa Indonesia menjadi negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat tahun ini, peningkatan jumlah pengguna internet saat terjadinya pandemi menjadi faktor utama pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia yang juga mengalami kenaikan sebesar 13% menunjukkan peluang Indonesia untuk melakukan perkembangan dan adaptasi masyarakat pada teknologi. (kominfo.go.id).

Pernyataan yang diungkapkan oleh Kominfo didukung dengan pernyataan Ketua Umum APJII Jamalul Izza dalam diskusi virtual (2020:11) menjelaskan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 196,7 juta pada kuartal II 2020. Adapun penyebab peningkatan ini didukung oleh beberapa faktor seperti Palapa Ring, dan kondisi pandemi Covid-19 dimana masyarakat diharuskan melakukan segala kegiatan secara online. (kompas.com).



Gambar 1. 2 Jumlah dan Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2019-2020

Sumber: Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia (APJII, 2019-2020)

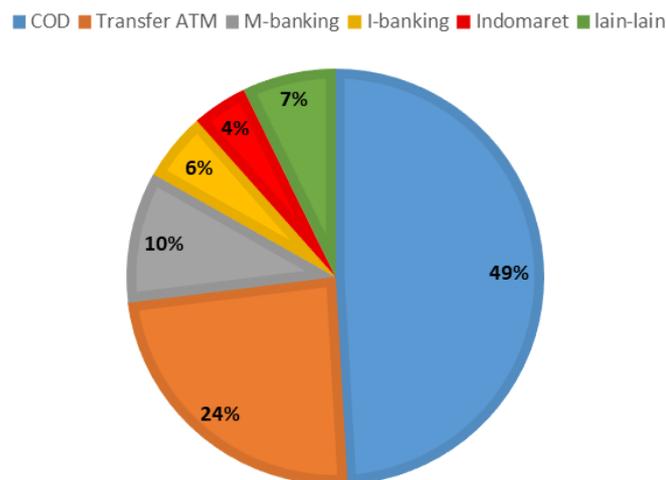


Gambar 1. 3 Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Pemanfaatan Internet Tahun 2019-2020

Sumber: Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia (APJII, 2019-2020)

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan lebih dari 10% setiap tahunnya diperlihatkan pada gambar 1.2 dan diprediksi 2-3 tahun kedepan tidak menutup kemungkinan seluruh masyarakat Indonesia telah menggunakan internet dalam segala aspek kehidupannya salah satunya pada bidang ekonomi dan bisnis.

Belanja online merupakan transisi revolusi industri yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan kegiatan ekonomi seperti menjual dan membeli barang tanpa harus pergi langsung mendatangi toko. Hal ini diperlihatkan pada hasil survei yang dilakukan oleh APJI dalam gambar 1.3 ditunjukkan sebesar 5% dari survei pengguna internet di Indonesia memilih belanja online sebagai alasan utama masyarakat dalam menggunakan internet.



Gambar 1. 4 Metode Pembayaran Pilihan Masyarakat Indonesia Tahun 2019-2020
Sumber: Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia (APJII, 2019-2020)

Masyarakat pengguna internet memilih *Cash On Delivery* (COD) sebagai metode pembayaran untuk berbelanja online, dalam hasil survei yang dilakukan APJII menunjukkan bahwa sebesar 49,1% memilih, atau hampir dari setengah pengguna internet memilih sistem informasi pembayaran *Cash On Delivery* sebagai solusi sistem informasi pembayaran untuk berbelanja online. Dapat disimpulkan bahwa kehadiran metode *Cash On Delivery* (COD) pada Shopee menjadi salah satu alasan utama dari 72 juta pengguna dalam melakukan transaksi belanja online. Sistem informasi pembayaran berbelanja online *Cash on Delivery* (COD) pada

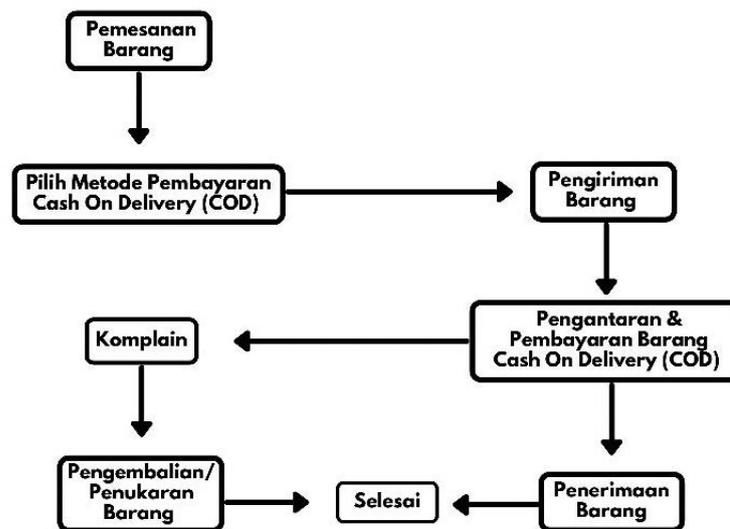
aplikasi Shopee didukung oleh beberapa jasa pengiriman seperti J&T Express, dan Pos Indonesia sebagai jasa pengiriman yang memfasilitasi & mendukung sistem pembayaran *Cash on Delivery* (COD).

Shopee dan *Cash on Delivery* (COD) memperoleh peringkat pertama yang dipilih pengguna internet pada tahun 2019/2020 sebagai solusi bagi masyarakat dalam melakukan belanja online, oleh sebab itu peneliti memiliki tujuan untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan pengguna sistem informasi pembayaran *Cash on Delivery* (COD) pada aplikasi Shopee. Dengan ini *Cash on Delivery* (COD) diharapkan dapat menjadi sebuah solusi bagi pengguna *e-commerce* untuk memperoleh kemudahan dalam berbelanja online. Hasil survei tersebut membuat masyarakat menaruh perhatian lebih pada layanan ini, ditunjukkan pada kasus-kasus viral yang saat ini beredar di masyarakat yang berhubungan dengan *Cash On Delivery* (COD).

Dilansir dari portal berita online Kompas, pada bulan Februari 2021 masyarakat dihebohkan dengan kasus video seorang kurir paket bernama Noppal yang mendapatkan perlakuan buruk dari pengguna layanan *Cash On Delivery* (COD) karena barang yang datang tidak sesuai dengan barang yang ia pesan melalui aplikasi Shopee sehingga ia tidak mau membayar pesannya. Menurut keterangan, ia memesan sepatu dengan ukuran 39 akan tetapi sepatu yang datang ukuran 40. Merasa barang yang datang tidak sesuai dengan pesannya, ia menolak membayar barang tersebut dan mengungkapkan kekecewaannya kepada kurir dengan memarahi kurir dengan kata-kata kasar.

Kemudian kasus yang tak kalah hebohnya dengan kasus kurir Noppal, pada Mei 2021 masyarakat juga dihebohkan dengan viralnya kasus “Emak-emak Kedoya” yaitu ibu paruh baya ditemani anaknya yang memarahi kurir dengan kata-kata cacian dan makian dikarenakan barang yang diantarkan kurir tidak sesuai dengan yang ia pesan pada aplikasi shopee. Saat kurir memberikan barang dan meminta uang yang ditagihkan, sang ibu menolak membayar karena tidak sesuai dengan pesannya. Sang ibu menjelaskan jika ia memesan baju gamis yang berukuran jumbo dan menurutnya pada gambar terlihat tebal sedangkan barang

yang datang ukurannya kecil dan tipis, ia menjelaskan secara kasar dan keras kepada kurir, padahal kurir telah menjelaskan apabila ia hanya bertugas mengantarkan paket saja dan apabila barang tidak sesuai dengan pesanan ibu bisa mengajukan complain bisa melakukannya melalui fitur *complain* pada aplikasi Shopee



Gambar 1. 5 *Cash On Delivery (COD)*

Sumber: diolah penulis, 2021

Dalam sistem informasi pembayaran *Cash On Delivery (COD)* pembeli diharuskan melakukan pembayaran barang ketika ia menerimanya baru pembeli bisa mengajukan *complain* untuk pengembalian atau penukaran barang. Seharusnya pembeli memahami sistem *Cash On Delivery (COD)* terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi, sehingga hal tersebut seharusnya dapat dihindari.

Kasus kurir Noppal dan Emak-emak Kedoya yang terjadi oleh pengguna *Cash On Delivery (COD)* pada aplikasi Shopee ditemukan alasan mengapa mereka melakukan hal tersebut sama yaitu pengguna tidak mengetahui mengenai proses *complain* apabila barang tidak sesuai, padahal proses pengembalian atau penukaran barang dalam layanan *Cash On Delivery (COD)* pada *e-commerce* merupakan informasi terpenting yang perlu diketahui oleh pengguna sebelum mereka menggunakan sistem tersebut.

Padahal pembeli wajib melakukan pembayaran terlebih dahulu baru barang bisa dibuka atau dicek kelengkapan dan kesesuaian pesananannya. Jika ia menerima barang yang tidak sesuai pesanan pembeli tidak perlu takut untuk memberikan uang kepada kurir karena uang tersebut tidak akan diberikan kepada penjual sebelum pembeli mengkonfirmasi pembelian dan untuk sementara itu uang pembeli akan diamankan *e-commerce*. Kemudian pembeli dapat mengkonfirmasi paket apabila sesuai dengan pesanan, dan sebaliknya apabila paket tidak sesuai dengan pesanan pembeli bisa mengajukan komplain pada aplikasi dengan disertai bukti yang mendukung seperti foto & video, pembeli akan dibantu *customer service* untuk menemukan solusinya.

Customer Service akan menjadi penengah, jika barang yang diterima memang terbukti tidak sesuai dengan pesanan, lalu pembeli akan diberikan pilihan solusi sebagai berikut :

- *Return*, barang yaitu mengembalikan barang ke alamat penjual untuk diganti dengan barang yang sesuai
- *Refund*, pengembalian uang sejumlah kerugian pembeli oleh *e-commerce* yang akan langsung dikirim ke rekening yang terdaftar pada akun pengguna.

Dalam penelitian ini model penelitian yang dapat digunakan untuk mengukur kesuksesan sebuah sistem informasi adalah model Delone & Mclean. Menurut Angelina et al, (2018) model penelitian Delone & Mclean dapat mengukur kesuksesan suatu sistem e-commerce dan dapat memberikan referensi sehubungan dengan pengukuran kesuksesan sistem informasi saat ini dan dimasa mendatang. Oleh karena itu peneliti menggunakan model penelitian Delone & Mclean untuk mengukur tingkat kesuksesan sistem informasi.

Penelitian ini menggunakan 4 dimensi penelitian untuk mengukur kesuksesan sistem informasi pada aplikasi Shopee yaitu: Kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan dan kepuasan pengguna. Kepuasan pengguna menurut Daryanto dan Setyobudi (2014) merupakan sebuah penilaian atau respon yang diberikan oleh pengguna ketika harapan dan kebutuhan pengguna sesuai dengan apa yang telah diterima. Muhammad et al (2020) menjelaskan bahwa kepuasan pengguna merupakan respon dan balasan yang diberikan pengguna atas apa yang telah

diterima setelah menggunakan sistem pada suatu e-commerce. Dalam model penelitian Delone & Mclean menyebutkan jika kepuasan pengguna dapat dipengaruhi tiga variabel yang saling terhubung yaitu: kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan.

Kualitas sistem berkaitan dengan suatu keberhasilan transaksi yang mengacu pada kinerja sistem informasi dalam aktivitasnya sehingga dapat memberikan manfaat yang didapatkan yang kemudian menghasilkan kepuasan pengguna. Hal itu diperkuat dengan hasil penelitian Johana Angelina et al, (2019), dan Mohammadi, (2015) yang menyebutkan bahwa kualitas sistem dapat mempengaruhi kepuasan pengguna secara signifikan. Tetapi hasil penelitian dari Yakubu et al, (2018) dan Sukirman et al, (2015) sebaliknya, hasil penelitian mereka menjelaskan jika kualitas sistem tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Selain kualitas sistem, kualitas informasi juga menjadi variabel yang dapat mengukur kepuasan pengguna. Kualitas Informasi merupakan dimensi pengukur kualitas output dari sistem informasi, setiap pengguna sistem informasi menginginkan informasi yang mereka dapatkan selalu *up to date*, serta dapat dipercaya. Sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya. Hamid & Ikbali (2017) yang menyebutkan bahwa kualitas informasi menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna yang menunjukkan bahwa informasi yang berkualitas memberikan kepuasan pengguna sistem untuk membuat keputusan selanjutnya. Ditambahkan dengan pernyataan dari Rinaldi dan Santoso (2018) yang mendukung pernyataan sebelumnya. Hal itu berbeda dengan hasil penelitian dari Dharmawan dan Pratomo (2018) yang menjelaskan bahwa kualitas Informasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Tidak hanya kualitas sistem dan kualitas informasi, variabel kualitas layanan juga dapat mengukur kepuasan pengguna. Kualitas Layanan merupakan dukungan yang diberikan oleh pengembang dan sangat dibutuhkan untuk memberikan solusi terhadap segala masalah yang dihadapi pengguna sistem sehingga dapat memberikan pengguna kepuasan yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan, pernyataan ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hamid & Ikbali

(2017) dan Wang & Yang (2016) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna, akan tetapi berlawanan dengan hasil penelitian Ningsih (2019) dan Ghobakloo dan Tang (2015) menyatakan jika kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Berdasarkan fenomena dan objek penelitian yang telah dijelaskan diatas menunjukkan apabila kehadiran sistem informasi pembayaran baru dalam berbelanja online yaitu *Cash On Delivery* yang dalam penerapannya pengembang mengharapkan dapat mendorong perkembangan dalam kegiatan ekonomi meningkat. Fenomena tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti hal ini. Sehingga judul penelitian penulis yaitu **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHIKEPUASAN PENGGUNA LAYANAN CASH ON DELIVERY (COD) MENGGUNAKAN METODE DELONE AND MCLEAN STUDI KASUS APLIKASI SHOPEE”**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengguna layanan *Cash On Delivery* (COD) pada aplikasi Shopee?
2. Apakah kualitas sistem memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna layanan *Cash On Delivery* (COD) pada aplikasi Shopee?
3. Apakah kualitas informasi memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna layanan *Cash On Delivery* (COD) pada aplikasi Shopee?
4. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna layanan *Cash On Delivery* (COD) pada aplikasi Shopee?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan yang ada di atas terdapat beberapa tujuan penulis dalam penelitian ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna pada layanan *Cash On Delivery* (COD) pada aplikasi Shopee.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna pada layanan *Cash On Delivery* (COD) pada aplikasi Shopee.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna pada layanan *Cash On Delivery* (COD) pada aplikasi Shopee.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna pada layanan *Cash On Delivery* (COD) pada aplikasi Shopee.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Keilmuan
 - a) Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dalam pengembangan ilmu, khususnya sistem informasi pembayaran pada *e-commerce*.
 - b) Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur di bidang sistem informasi terutama pada *e-commerce*.
2. Kegunaan Praktis
 - a) Untuk memudahkan pihak Shopee untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan penggunaan pembayaran dalam menggunakan layanan *Cash On Delivery*.
 - b) Sebagai acuan pihak Shopee dalam melakukan perbaikan sistem sehingga kedepannya dapat dilakukan dengan lebih baik untuk memperoleh kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir berisi gambaran yang rinci mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan pemaparan mengenai objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian serta sistematika penulisan dan alasan peneliti mengambil objek tersebut untuk penelitian. Latar belakang penelitian, memaparkan variabel-variabel yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian yaitu kualitas sistem (*system quality*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas layanan (*service quality*) dan kepuasan pengguna (*user satisfaction*). Perumusan masalah merupakan rumusan pertanyaan penelitian untuk menarik kesimpulan dari masalah yang ada. Tujuan penelitian berisi tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dengan

melakukan penelitian ini. Manfaat penelitian menjelaskan manfaat penelitian yang dilakukan peneliti untuk ilmu pengetahuan dan berbagai pihak.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab kedua dijelaskan tentang hasil kajian kepustakaan terkait dengan masalah yang akan diteliti meliputi teori penelitian terdahulu yaitu penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terkait penelitian yang dilakukan, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian. Bab ini berisi penjelasan mengenai variabel-variabel yang diambil peneliti, yaitu kualitas sistem (*system quality*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas layanan (*service quality*) dan kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ketiga diuraikan tentang pendekatan, metode, dan teknik-teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis data temuan yang dapat menjawab masalah-masalah yang terdapat pada penelitian. Bab ini meliputi uraian mengenai jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel penelitian, alat pengumpulan dan sumber data, serta teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kemudian bab keempat ini menjelaskan mengenai hasil analisis dan pembahasan meliputi pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta konsisten dengan tujuan penelitian. Bab ini berisi mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini terdiri dari bagian yang menyajikan hasil penelitian dan bagian yang menyajikan hasil pengujian penelitian dan pembahasan hasil penelitian yang memaparkan hasil pengujian penelitian sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir berisi tentang rincian kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan yang merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian dan saran atau rekomendasi yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak lain yang membutuhkan penelitian ini berkaitan dengan manfaat penelitian.