

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat telah membawa perubahan besar bagi kehidupan manusia (Hidayat, 2016). Kemajuan teknologi telah mengubah cara individu maupun organisasi dalam menjalankan tugas dan memberi dukungan dalam menyelesaikan pekerjaan dan aktivitas. Kemajuan teknologi juga berpengaruh pada perkembangan perdagangan online baik pemasaran dan penjualan barang maupun jasa. Perkembangan ini tentu akan menciptakan peluang dalam dunia *e-commerce* di Indonesia.



**Gambar 1.1 Data dan Pertumbuhan Pasar E-Commerce Indonesia**

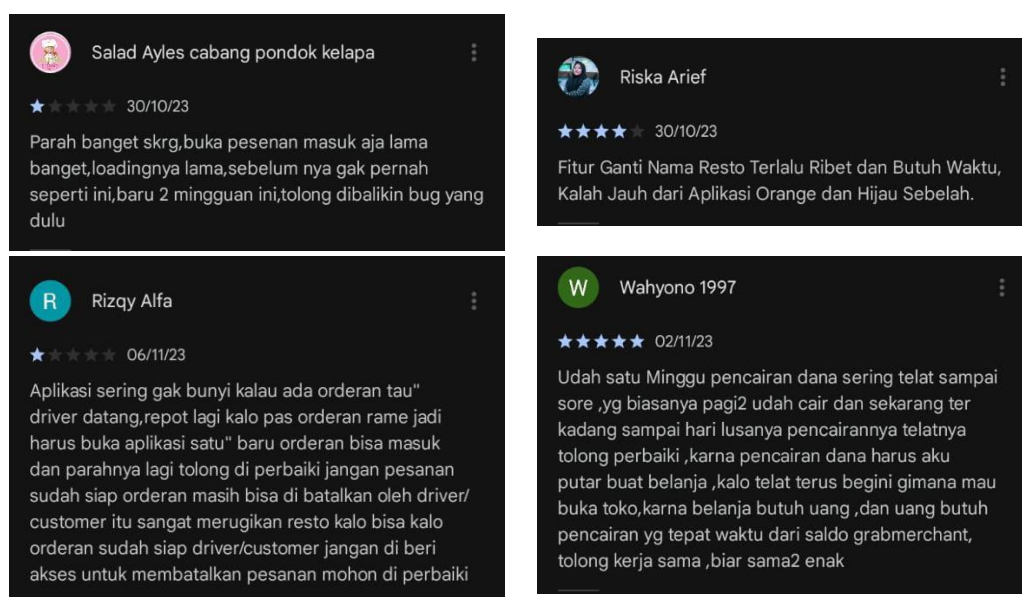
Berdasarkan hasil survei terbaru DataReportal tahun 2022 pada gambar 1.1, sebanyak 62.6% pengguna internet Indonesia berusia 16 hingga 64 tahun telah menggunakan layanan *e-commerce* (Indonesia-investments, 2023). *E-commerce* terus berkembang seiring berjalannya waktu, salah satu perkembangannya adalah *m-commerce*. *M-commerce* dapat disebut sebagai bagian dari *e-commerce* (Yassierli et al., 2018). Beberapa peneliti terdahulu juga

menyebutkan bahwa *m-commerce* merupakan perpanjangan dari *e-commerce* (Z. Chen et al., 2001; Chong, 2013; Varshney & Vetter, 2002; Wei et al., 2009). Khalifa & Ning Shen (2008) mendefinisikan *m-commerce* sebagai aktifitas transaksi yang dilakukan melalui jaringan telekomunikasi nirkabel. Meningkatnya penggunaan perangkat nirkabel seperti ponsel, tablet, dan lainnya menjadikan *m-commerce* semakin populer. *M-commerce* memudahkan pengguna untuk terhubung dengan internet dan melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja. Kemudahan berbelanja online melalui *mobile* sangat berdampak pada perubahan gaya hidup masyarakat menjadi konsumtif. Kemudahan ini telah menciptakan peluang baru untuk berbagai sektor, terutama sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

UMKM merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2021, jumlah UMKM saat ini mencapai 64.2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61.07% atau senilai 8.573.89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60.4% dari total investasi. Namun, tingginya jumlah UMKM di Indonesia tidak terlepas dari tantangan yang ada. Salah satunya adalah perkembangan teknologi. Untuk menjawab tantangan tersebut, banyak pengembang sistem mulai menciptakan aplikasi *e-commerce* maupun *m-commerce* yang dapat membantu UMKM untuk berkembang di era digital.

Salah satu perusahaan yang kini telah masuk ke dunia *e-commerce* adalah Grab. Grab adalah perusahaan layanan on demand yang berkantor pusat di Singapura dengan dimulai dari layanan transportasi. Seiring berjalannya waktu,

perusahaan ini telah berkembang dan memperluas jangkauannya ke berbagai layanan lainnya, termasuk pengiriman makanan dan sistem pembayaran yang dapat diakses melalui aplikasi *mobile* (Wikipedia, 2023). Pada 11 Juni 2020, Grab meluncurkan aplikasi GrabMerchant yang merupakan platform *all-in-one* yang ditujukan untuk membantu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia bertransformasi menjadi bisnis online agar dapat berkembang di era ekonomi digital dan beradaptasi dengan tatanan baru (Grab, 2020). Aplikasi GrabMerchant menawarkan kemudahan dalam manajemen usaha, termasuk mengelola produk, penetapan harga, analisa keuangan, pemasaran dan jam operasional. Dalam persaingan dengan aplikasi *m-commerce* lainnya, Grab berharap aplikasi GrabMerchant dapat membantu UMKM dalam mengoptimalkan bisnis onlinenya dengan melakukan pemasaran dan beroperasi secara lebih efektif dan efisien. Untuk mewujudkan hal tersebut, tentu perlu diketahui bagaimana tingkat kesuksesan aplikasi GrabMerchant saat ini dan apa saja yang menjadi kunci kesuksesan aplikasi GrabMerchant berdasarkan perspektif penggunanya.



**Gambar 1.2 Review Pengguna Aplikasi GrabMerchant**

Berdasarkan data yang didapat dari Play Store, aplikasi GrabMerchant telah diunduh lebih dari 10.000.000 kali. Aplikasi ini mendapatkan rating sebesar 4.3 dan lebih dari 195.000 pengguna memberikan ulasan. Namun tak sedikit pengguna mengeluhkan tentang aplikasi ini seperti yang tertera pada gambar 1.2. Beberapa diantaranya adalah terkait kesulitan penggunaan fitur dan seringnya terjadi gangguan aplikasi error maupun loading lama. Selain itu ada juga yang mengeluhkan terkait notifikasi orderan sering tidak berbunyi dan keterlambatan pencairan dana penjualan dari saldo GrabMerchant. Berdasarkan permasalahan tersebut maka dirasa perlu dilakukan suatu evaluasi terkait kesuksesan aplikasi GrabMerchant berdasarkan perspektif penggunanya untuk melihat kesesuaian terhadap tujuan awal organisasi. Dampak dari suksesnya aplikasi GrabMerchant adalah dengan digunakannya aplikasi tersebut maka pemrosesan informasi akan berjalan lebih efektif dan pengguna menjadi lebih produktif dimana kinerja pengguna menjadi lebih baik. Sistem informasi dianggap berhasil apabila mampu memberikan manfaat bagi pengguna melalui pemrosesan data yang lebih cepat serta mampu meningkatkan kinerja dan produktivitas pengguna.

Kesuksesan sistem sangat penting dalam penerapan sistem informasi di organisasi karena untuk memperoleh efisiensi dan produktivitas organisasi serta pengembang yang bertanggung jawab untuk meningkatkan dan menyempurnakan sistem. Sukses atau tidaknya suatu sistem informasi dalam organisasi tergantung beberapa faktor. Suatu sistem informasi dikatakan sukses apabila dari pengguna mau menggunakan sistem dan memberikan kepuasan kepada pengguna sebagaimana fungsi dari sistem tersebut. Untuk mengetahui hal tersebut, tentu perlu dilakukan evaluasi kesuksesan untuk menilai kondisi sistem dari segi

kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan. Kualitas sistem informasi yang diberikan akan mempengaruhi perilaku pengguna. Perilaku pengguna dapat dinilai dari penggunaan sistem dan kepuasan pengguna. Penggunaan berulang dapat dimaknai bahwa sistem informasi mampu membantu pengguna menghasilkan kinerja yang lebih baik sehingga pengguna merasa puas. Tingginya kepuasan pengguna juga akan mempengaruhi manfaat yang dirasakan pengguna.

Delone & McLean IS Success Model adalah salah satu model yang banyak digunakan untuk mengukur kesuksesan suatu sistem informasi. Model DeLone & McLean adalah model sederhana tetapi dianggap cukup valid untuk digunakan dalam suatu penelitian (Septianita et al., 2014). Delone & Mclean IS Success Model dipilih dalam skripsi ini karena mencakup 3 aspek dasar dalam menilai kualitas suatu sistem informasi serta mencakup seluruh tingkatan kesuksesan sistem informasi (Yulinda et al., 2022). Selain itu, beberapa penelitian telah membuktikan bahwa Delone & Mclean IS Success Model dapat digunakan untuk mengukur kesuksesan aplikasi *e-commerce* (Angelina et al., 2019; Kairupan et al., 2022; Mahendra et al., 2020; Sinulingga & Hartomo, 2022; Yassierli et al., 2018).

Skripsi ini mengadopsi model penelitian yang digunakan oleh peneliti sebelumnya, di mana Prabu (2022) melakukan modifikasi terhadap model Delone & Mclean dengan menambahkan aspek *trust* atau kepercayaan ke dalam model penelitian. Aspek *trust* dianggap memiliki peran penting dalam tercapainya kepuasan pengguna melalui penggunaan dan berdampak terhadap manfaat dari *e-commerce* pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Sebuah aplikasi dapat menimbulkan kepercayaan melalui kemampuannya untuk selalu berfungsi dengan baik (keandalan), tampilan yang ramah dan mudah dimengerti

(keakraban), serta pengalaman yang relevan (kredensial profesional) (Hamid & Ikbal, 2017). Selain itu, indikator yang digunakan dalam mengukur variabel *trust* pada model penelitian tersebut yaitu *high integrity, confidence, secure, reliable, trustworthy* dan *competent* juga dianggap menjadi tolak ukur dalam variabel *trust*.

Berdasarkan paparan di atas maka skripsi ini mengangkat judul Evaluasi Kesuksesan Aplikasi GrabMerchant Berdasarkan Perspektif Pengguna Menggunakan Delone & Mclean IS Success Model Modifikasi. Hasil evaluasi dalam skripsi ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi perusahaan untuk memperbaiki, mengembangkan dan meningkatkan aplikasinya di masa mendatang sehingga layak menjadi platform *all-in-one* untuk UMKM di Indonesia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan pada latar belakang, maka didapatkan rumusan masalah, yaitu bagaimana mengevaluasi kesuksesan aplikasi GrabMerchant berdasarkan perspektif pengguna menggunakan Delone & McLean IS Success Model Modifikasi?.

## **1.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan-batasan masalah dalam skripsi ini sebagai berikut:

1. Model konseptual yang digunakan merupakan Delone & Mclean IS Success Model yang sudah dimodifikasi oleh Prabu (2022) dalam penelitiannya tentang kepercayaan terhadap kesuksesan mitra dalam memanfaatkan *e-commerce*.

2. Variabel-variabel yang digunakan oleh Prabu (2022) meliputi *Information Quality, System Quality, Service Quality, Use, User Satisfaction, Trust* dan *Net Benefits*.
3. Responden dari skripsi ini adalah pengguna aplikasi GrabMerchant yaitu UMKM kuliner di Kota Surabaya yang bermitra dengan GrabFood.
4. Teknik sampling yang digunakan pada skripsi ini adalah teknik *Probability Sampling* dengan jenis *Simple Random Sampling*.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan permasalahan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari skripsi ini adalah untuk mengevaluasi kesuksesan aplikasi GrabMerchant berdasarkan perspektif pengguna menggunakan Delone & McLean IS Success Model Modifikasi.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

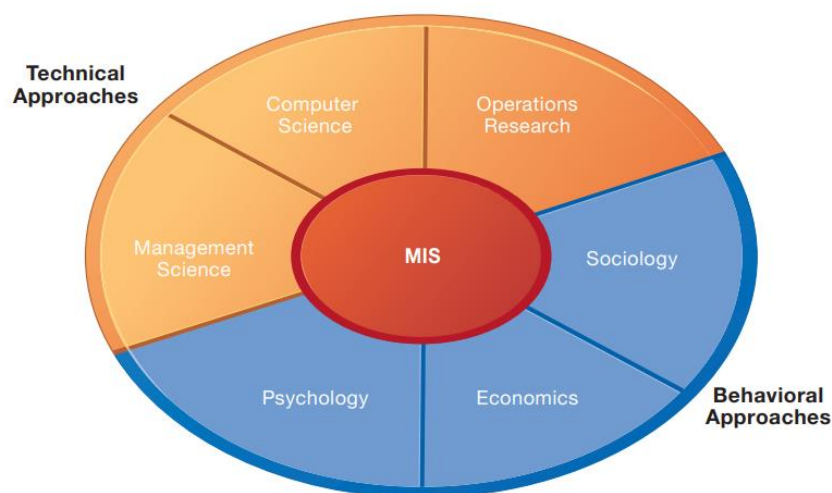
Manfaat yang dapat diambil dari skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai acuan untuk penelitian-penelitian berikutnya di bidang sistem informasi khususnya pada konteks evaluasi kesuksesan *e-commerce* pada objek berbeda.
2. Sebagai bahan masukan bagi perusahaan Grab untuk mengembangkan dan meningkatkan aplikasi GrabMerchant.

#### **1.6 Relevansi SI**

Sistem Informasi adalah gabungan dari komponen-komponen teknologi informasi yang saling bekerjasama dan menghasilkan suatu informasi untuk memperoleh satu jalur komunikasi dalam suatu organisasi atau kelompok (Seah &

Ridho, 2020). Menurut Robert A. Leitch dan K. Roscoe Davis (Jogiyanto, 2005) sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan. Suatu sistem informasi menghasilkan informasi dengan tujuan menyediakan dukungan dalam pengambilan keputusan manajerial, mendukung operasional sehari-hari perusahaan, dan menyediakan informasi yang bermanfaat bagi pihak internal dan eksternal perusahaan.



**Gambar 1.3 Pendekatan Manajemen Sistem Informasi**

Menurut Laudon & Laudon (2018), pendekatan sistem informasi terbagi menjadi dua yaitu *Technical Approaches* dan *Behavioral Approaches* seperti pada gambar 1.3. *Technical Approaches* adalah pendekatan teknis terhadap sistem informasi yang menekankan model berbasis matematis untuk mempelajari sistem informasi serta teknologi fisik dan kemampuan formal sistem. *Technical Approaches* lebih berkontribusi pada pendekatan teknis ilmu manajemen, ilmu komputer, dan operasi riset. Sedangkan *Behavioral Approaches* adalah pendekatan



yang berkaitan dengan masalah perubahan sikap, manajemen dan kebijakan organisasi, serta perilaku yang muncul dalam pengembangan dan pemeliharaan sistem informasi dalam jangka panjang.

*M-commerce* dapat dipandang sebagai bagian dari *e-commerce* dan merujuk pada transaksi moneter yang dilakukan melalui jaringan seluler (Ngai & Gunasekaran, 2007). *M-commerce* memungkinkan pengguna untuk berbelanja dan melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Kesuksesan *m-commerce* tidak hanya mencakup pembelian produk, melainkan juga perilaku pengguna *smartphone* yang kemudian menghasilkan pembelian melalui *mobile* dan teknologi yang memungkinkan.

Kesuksesan sistem informasi dapat membantu manajer dalam mengambil keputusan yang baik bagi individu maupun organisasi (McHaney & Cronan, 2001). Peran teknologi sistem informasi yaitu untuk menyaring informasi-informasi yang ada agar pengambilan keputusan dapat dilakukan lebih cepat dan tepat pada setiap level organisasi. Pemanfaatan sistem informasi dapat memberikan nilai tambah apabila sistem informasi tersebut sukses diimplementasikan (Radityo & Zulaikha, 2007). Kesuksesan penggunaan sistem informasi adalah seberapa jauh kontribusi dari produk yang dihasilkan oleh sistem informasi bagi individu maupun organisasi (Masnoni & Latifah, 2007).

Berdasarkan uraian di atas, skripsi ini dapat memberikan gambaran terkait kontribusi model Delone & McLean IS Success terhadap evaluasi kesuksesan *m-commerce* yang memiliki dampak luas terhadap pengambilan keputusan organisasi. Skripsi ini memberikan pemahaman tentang evaluasi kesuksesan sistem informasi yang nantinya dapat membantu organisasi dalam meningkatkan

efektivitas dan efisiensi operasionalnya. Melalui *behavioral approaches* yang tidak hanya memperhatikan aspek teknis sistem informasi, tetapi juga memperhatikan interaksi sosial di dalamnya dengan melibatkan konsep sosiologi yang mempelajari bagaimana kelompok dan organisasi berperan dalam membentuk pengembangan sistem informasi serta dampak sistem informasi terhadap individu, kelompok, dan organisasi secara keseluruhan sehingga memberikan gambaran menyeluruh tentang interaksi antara manusia dan teknologi dalam konteks *m-commerce* (Laudon & Laudon, 2018). Pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana sistem informasi memengaruhi aspek sosial dan organisasi dapat memberikan landasan yang kuat untuk pengambilan keputusan yang lebih bijaksana dan relevan.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, relevansi SI, dan sistematika penulisan yang akan digunakan dalam penelitian ini.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi landasan teori yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini.

**BAB III      METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan metodologi yang akan digunakan dalam melakukan penelitian yang meliputi alur penelitian, identifikasi masalah, metode pengumpulan data (observasi, studi literatur, kuesioner), model konseptual penelitian, hipotesis penelitian, penentuan sampling, teknik pengumpulan, dan pengolahan data.

**BAB IV      HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan menjelaskan hasil penelitian secara deskriptif mengenai evaluasi kesuksesan aplikasi GrabMerchant berdasarkan pengguna yang ditinjau menggunakan Delone & Mclean IS Success Model modifikasi melalui pengujian hipotesis serta implikasi terhadap hasil penelitian yang dilakukan.

**BAB V      PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil pembahasan pada penelitian ini

**DAFTAR      PUSTAKA**

Bagian ini berisi sumber-sumber literatur yang digunakan dalam penelitian ini.

**LAMPIRAN**

Bagian ini berisi lampiran berupa dokumen-dokumen yang digunakan sebagai penunjang penelitian ini.