

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi dan informasi yang semakin maju dalam era globalisasi saat ini memberikan pengaruh yang signifikan. Internet sebagai salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi yang keberadaannya sangat penting sebagai proses bisnis, komunikasi, pertumbuhan ekonomi, dan membuka peluang baru dalam pekerjaan. Dalam hal jual beli, internet juga memberikan peluang besar untuk mengembangkan model bisnis, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas jangkauan pasar secara online dengan istilahnya *e-commerce* (Marlina et al., 2019). *E-commerce* merupakan cara untuk melakukan pembelian, penjualan, atau perdagangan produk, jasa, dan informasi melalui internet. Dengan kata lain, *e-commerce* membuat transaksi menjadi lebih mudah karena semua proses dilakukan secara digital antara perusahaan dan individu (Sutisna et al., 2019).

Hasil survei dari lembaga APJII atau Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023, dimana angka ini setara dengan 78,19% dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 275,77 juta orang. Menteri Keuangan, Sri Mulyani, telah menyampaikan ketika acara Indonesia Digital Summit 2023, bahwa *e-commerce* menjadi sektor penyumbang ekonomi digital terbesar di Indonesia pada tahun 2023. Hal ini selaras juga dengan survei yang dilakukan Populix yang dirilis pada Desember 2023, bahwa 54% masyarakat Indonesia, terutama generasi Z, memilih untuk berbelanja di *e-commerce* daripada berbelanja secara *offline*.

Tabel 1. 1 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023)

No.	Nama Data	Nilai
1	Shopee	2.349.900.000
2	Tokopedia	1.254.700.000
3	Lazada	762.400.000
4	Blibli	337.400.000
5	Bukalapak	168.200.000

Sumber : databoks.katadata.co.id, diakses pada 11 Januari 2024

Pada tabel 1.1 merupakan survei yang di lakukan oleh SimilarWeb sepanjang Januari-Desember 2023 yang ditampilkan oleh databoks, *e-commerce* Shopee menduduki peringkat pertama dengan tingkat kunjung terbanyak oleh masyarakat Indonesia. Disusul peringkat kedua oleh Tokopedia, kemudian Lazada, Blibli, dan Bukalapak. Dari data dan nilai kunjungan di atas mendukung bahwa transaksi lewat *e-commerce* di Indonesia memiliki masa depan yang cerah.

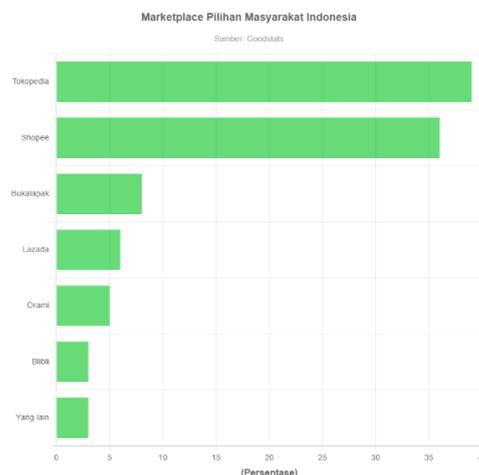
Tabel 1. 2 Kunjungan Website E-Commerce tahun 2023

Rank	Domain	Traffic Share	Visitors per month
1	Shopee.co.id	51.20%	219.9 M
2	Tokopedia.com	19.51%	67.2 M
3	Lazada.co.id	9.32%	21.2 M
4	Blibli.com	6.22%	29 M
5	Bukalapak.com	2.19%	3 M

Sumber: Similiarweb.com, diakses pada 10 Desember 2023

Tokopedia adalah perusahaan teknologi Indonesia yang bertujuan untuk mencapai pemerataan ekonomi secara digital dengan menawarkan layanan *e-commerce* melalui aplikasi seluler dan desktop (Tokopedia, 2023). *Start-up* ini menargetkan berbagai kalangan, baik dari remaja hingga tua, pria, wanita, maupun kalangan ekonomi apapun, dengan menyediakan berbagai produk dan layanan

online. Dari data pada tabel 1.2, *website* Tokopedia menduduki peringkat kedua dengan total kunjungan perbulannya sebanyak 67,2 juta *visitors*. Kehadiran *website* Tokopedia dengan domain Tokopedia.com, hadir sebagai wujud dari upaya Tokopedia dalam memperluas jangkauan dan mempermudah akses bagi konsumen untuk menemukan produk atau layanan yang diinginkan. Tokopedia memiliki misi untuk mencapai pemerataan ekonomi secara digital. Strategi Tokopedia dalam bersaing dan berinovasi di dunia digital salah satunya dengan kolaborasi antar perusahaan. Pada Mei 2021, Tokopedia merger dengan GoJek dengan nama perusahaan PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GOTO). Selain itu, Tokopedia juga melakukan kolaborasi lagi pada Desember tahun 2023 dengan aplikasi media sosial TikTok. Tokopedia akan mengelola dan mengoperasikan fitur belanja di aplikasi TikTok Shop di Indonesia. Kolaborasi ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi digital Indonesia dengan fokus pada pemberdayaan dan perluasan pasar bagi UMKM Indonesia.



Gambar 1. 1 Survei Goodstats Marketplace Pilihan Masyarakat Indonesia

Tokopedia menawarkan berbagai pilihan produk melalui pasar, toko resmi, penjualan instan, penjualan interaktif, dan penjualan pertanian. Survei yang

dilakukan oleh Goodstats pada tahun 2023 seperti grafik pada gambar 1.1, membuktikan bahwa Tokopedia *menjadi e-commerce* pilihan masyarakat Indonesia walaupun rata-rata kunjungannya berada pada peringkat dua. Survei yang sama dilakukan oleh Populix tentang pilihan utama masyarakat Indonesia dalam membeli produk elektronik, rumah tangga, dan kesehatan, yang diberitakan melalui portal berita Republika, Tokopedia menjadi *Top of Mind* dengan tingkat konversi tertinggi dalam hal retensi pembelian dibandingkan *e-commerce* lainnya, dimana Tokopedia diposisi pertama dengan perolehan 44%, kemudian baru disusul Shopee dan Lazada (Intan, 2023). Hal ini disebabkan karena faktor pendorong oleh kepercayaan masyarakat pada Tokopedia seperti barang yang berkualitas, pengiriman yang aman dan terpercaya, pengalaman belanja yang nyaman, dan gratis ongkos kirim (Nurchayadi, 2023).

Dalam rentang 5 tahun terakhir yaitu 2019-2024, penelitian terhadap kualitas *website* Tokopedia pernah dilakukan oleh Shofi & Indriyanti (2022) yang berjudul “Evaluasi Kualitas Website Tokopedia Menggunakan Metode WebQual 4.0 dan *Importance Performance Analysis* (IPA)” dengan menggunakan sampel responden sebanyak 100 orang, masih dirasa ada kekurangan dengan hasil analisis kesesuaian sebesar 91,9% yang berarti masih belum sesuai dengan harapan pengguna dan variabel *Usability* seluruh instrumennya masuk dalam kuadran I yang berarti menjadi prioritas pertama perlu perbaikan. Penelitian lainnya berjudul “Pengaruh Layanan Website Tokopedia Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode *quality, customer satisfaction Webqual 4.0*” dari penulis Andayani (2022). Pada penelitian tersebut menggunakan WebQual sebagai metode penelitian dengan sampelnya sebanyak 80 orang dan 23 instrumen pertanyaan.

Hasil penelitiannya tabel *model summary* pada nilai R 57,2 % yang berarti faktor kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan secara serentak mempengaruhi kepuasan pengguna website Tokopedia. Andayani (2022) juga menjelaskan pentingnya peningkatan kualitas layanan *website* Tokopedia karena berpengaruh terhadap peningkatan jumlah penggunanya, baik dari pihak penjual maupun pembeli. Penelitian tersebut juga memberikan saran untuk menggunakan data atau *sample* yang lebih luas dapat tersebut diseluruh Indonesia dengan dapat menambahkan metode lainnya. Dari penjelasan beberapa jurnal tersebut, pihak Tokopedia masih harus bisa meningkatkan kualitas *website*-nya dari berbagai aspek. Akibat perkembangan e-commerce yang begitu pesat, setiap *website e-commerce* harus bersaing untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya (Athallah & Kraugusteeliana, 2022). Maka, kualitas website menjadi faktor terpenting ketika mengevaluasi situs e-commerce suatu perusahaan.

Pengukuran kualitas *website* Tokopedia akan dilakukan menggunakan metode WebQual 4.0. Metode WebQual adalah salah satu yang paling populer untuk menilai kualitas website dengan persepsi dari pengguna akhir berdasarkan tiga variabel yaitu *Usability*, *Information Quality*, dan juga *Service Interaction Quality* (Mandias et al., 2021a). Metode ini didasarkan pada prinsip *Quality Function Deployment* (QFD), suatu teknik yang mengintegrasikan kebutuhan pelanggan dengan proses desain dan pengembangan barang atau jasa.

Untuk memperkuat hasil dari penelitian, maka data dianalisis menggunakan teknik IPA (*Importance-Performance Analysis*) untuk mengidentifikasi indikator yang termasuk dalam setiap variabel yang digunakan untuk mengukur kualitas dari *website* Tokopedia. Teknik ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas suatu

produk atau layanan dapat ditingkatkan dengan fokus pada aspek-aspek yang dianggap penting oleh pengguna dan memiliki potensi untuk ditingkatkan. Penulisannya menggunakan diagram kartesius untuk memastikan reaksi pengguna terhadap atribut yang dipetakan berdasarkan tingkat kepentingan (Importance) dan kinerja (Performance) (Saputra et al., 2021).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Johanes Fernandes Andry, Kevin Christianto, dan Fuji Rahayu Wilujeng pada tahun 2019 dengan judul “*Using WebQual 4.0 and Importance Performance Analysis to Evaluate E-Commerce Website*”. Penelitian tersebut menggunakan metode WebQual 4.0 untuk mengukur kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir website Lazada dan menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk mengetahui atribut apa saja yang sudah baik atau perlu ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan dari tiga variabel yang disediakan WebQual 4.0 bahwa ketiganya mempunyai hasil yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan aspek tertentu pada fasilitas, menu, dan isi dari website. Namun terdapat ketidakpuasan pengguna website Lazada karena kualitas kegunaan yang rendah (Andry et al., 2019).

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas website Tokopedia. Melalui metode WebQual 4.0 dan *Importance-Performance Analysis (IPA)*, penelitian ini akan mengidentifikasi area-area prioritas yang memerlukan perbaikan guna meningkatkan kepuasan pengguna, maka peneliti mengambil judul Evaluasi Website E-Commerce Tokopedia.com Menggunakan Metode WebQual 4.0 Dan IPA.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dijelaskan pada latar belakang, maka rumusan masalah penelitian ini adalah apa saja indikator yang perlu ditingkatkan yang ditinjau dengan metode WebQual 4.0 dan *Importance Performance Analysis* (IPA) berdasarkan persepsi pengguna.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan - batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini adalah *website* Tokopedia.com
2. Responden merupakan orang yang pernah menggunakan layanan *website* Tokopedia dalam 3 bulan terakhir
3. Variabel yang digunakan mengadopsi dari WebQual 4.0 yaitu *Usability, Information Quality, Service Interaction Quality, dan Usability Quality.*

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil dari rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui indikator apa saja yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan, yang ditinjau dengan metode WebQual 4.0 dan *Importance Performance Analysis* (IPA), sehingga bisa digunakan oleh pihak Tokopedia dalam mengevaluasi sistem *website* mereka.

1.5 Manfaat

Sesuai dengan tujuan penelitian, diharapkan bahwa penelitian ini akan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang kualitas *website* Tokopedia dari perspektif pengguna, termasuk kekuatan dan kelemahan *website* yang perlu ditingkatkan.
2. Sebagai pedoman atau rujukan bagi peneliti lain yang tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan bidang yang sama.
3. Memberikan rekomendasi kepada Tokopedia dalam meningkatkan kualitas *website* mereka, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna *website*-nya.

1.6 Relevansi Sistem Informasi

Sistem informasi merupakan kombinasi terorganisir dari orang, perangkat keras, perangkat lunak, jaringan komunikasi, sumber daya data, serta kebijakan dan prosedur yang disusun untuk menyimpan, mengambil, mengubah, dan menyebarkan informasi dalam suatu organisasi (Marakas et al., 2013). Secara lebih sederhana setiap komponen sistem informasi saling bekerja sama sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan, meningkatkan efisiensi dan efektivitas, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan layanan pelanggan dalam organisasi.

E-commerce adalah proses pembelian, penjualan, pemasaran, dan pelayanan produk melalui internet. E-commerce mengubah cara persaingan, kecepatan tindakan, serta penyederhanaan interaksi, produk, dan pembayaran dari pelanggan ke perusahaan dan dari perusahaan ke pemasok (O'Brien & Marakas, 2013). Dengan begitu, E-commerce dikategorikan sebagai Sistem Informasi karena melibatkan proses pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, dan penyebaran informasi untuk mendukung kegiatan bisnis, seperti transaksi, pemasaran, dan

layanan pelanggan. Tokopedia, sebagai salah satu platform e-commerce terkemuka di Indonesia, merupakan contoh nyata dari penerapan sistem informasi dalam dunia bisnis kategori E-Commerce.

Penelitian ini menggunakan WebQual 4.0 dan IPA untuk mengevaluasi website Tokopedia. WebQual 4.0 membantu dalam mengukur kualitas website Tokopedia dengan 3 variabel. Sementara *Importance-Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengidentifikasi tingkat kesesuaian dengan membandingkan tingkat kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*). Dengan mengintegrasikan konsep-konsep ini dalam evaluasi website Tokopedia, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pemahaman kualitas website e-commerce, tetapi juga menggambarkan hubungan erat antara e-commerce, metode evaluasi seperti WebQual 4.0 dan IPA, serta sistem informasi secara keseluruhan.

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan penelitian, terbagi menjadi 5 (lima) bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang terkait permasalahan yang diangkat, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian ini.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori penunjang yang mendukung dan berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas dan penelitian terdahulu yang menjadi acuan dari penelitian ini.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memaparkan secara proses pelaksanaan penelitian yang mencakup metodologi yang dilakukan untuk menyelesaikan masalah, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas tentang uraian hasil dari penelitian skripsi yang telah dilakukan seperti pengolahan data dari hasil kuesioner pengujian hipotesis, *gap analysis*, hingga pembahasan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

BAB 5 PENUTUP

Bab ini membahas kesimpulan dari proses analisis *website* Tokopedia dan saran yang melampirkan penyelesaian dari hasil pembahasan, serta saran-saran yang diberikan oleh penulis.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka berisi daftar literatur atau referensi yang dikutip dalam laporan penelitian ini.

LAMPIRAN

Pada bagian ini berisikan lampiran dokumen yang sesuai dengan fakta yang ada pada lapangan.