

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital saat ini, teknologi informasi tidak bisa lepas dari setiap elemen kehidupan masyarakat. Peran teknologi internet dirasakan makin besar karena hampir semua kegiatan bisnis dalam organisasi dapat dilakukan melalui dunia maya. Melalui internet, segala informasi yang diinginkan dengan mudah dan cepat dapat diperoleh (Napitupulu, 2016).

Besarnya peran teknologi informasi bagi kehidupan masyarakat berbanding lurus dengan tingkat akses internet di Indonesia. Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan survei yang hasilnya adalah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 telah mencapai 171,17 juta jiwa atau setara dengan 64,8 persen dari jumlah penduduk Indonesia. Jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat dari tahun 2017 yang berjumlah 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68 persen dari jumlah penduduk di Indonesia (apjii.or.id, 2019).

Salah satu pemanfaatan internet adalah dengan hadirnya *website*. *Website* merupakan sebuah sistem dengan informasi yang disajikan dalam bentuk teks, suara dan lain-lain yang tersimpan dalam sebuah server yang disajikan dalam bentuk hiperteks (Simarmata, 2010). Tak hanya *website*, berkembangnya internet memunculkan sebuah industri baru di dunia jaringan komunikasi yang disebut dengan *electric commerce* yang biasa disingkat dengan *E-commerce* (Nurfansa Wira Sakti, 2014).

E-commerce dapat didefinisikan sebagai rangkaian kegiatan usaha perdagangan yang sebagian atau seluruhnya menggunakan media internet sebagai media komunikasinya (Nurfansa Wira Sakti, 2014). Umumnya transaksi melalui sarana *e-commerce* dilakukan melalui sarana suatu situs web yang dalam hal ini berlaku sebagai semacam sajang pameran bagi produk yang ditawarkan (Sutanta, 2005).

Dengan segala keunggulan yang ada membuat bisnis *e-commerce* kian meningkat tiap tahunnya. Banyak perusahaan *e-commerce* baru muncul hingga membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat. Belanja online pun kini sudah menjadi tren bagi masyarakat Indonesia.

Sebagai media utama terlaksananya proses bisnis, kualitas *website e-commerce* harus dalam tingkatan yang baik. Kualitas *website* yang baik dipercaya dapat menarik minat pelanggan untuk berbelanja di *website* tersebut. Untuk mengukur kualitas *website e-commerce* dapat menggunakan WebQual 4.0. Menurut (Barnes and Vidgen, 2002) WebQual 4.0 merupakan metode untuk mengukur kualitas *website* dari persepsi pengguna. *Website* diukur berdasarkan tiga dimensi, yaitu, kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*).

Kualitas pelayanan yang baik dapat dilihat dari banyaknya pengguna yang mengakses *website e-commerce* tersebut. Berdasarkan data survei Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) dapat dilihat bahwa Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Tokopedia menjadi konten internet (komersial) yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk membeli barang dan jasa.

Dengan data yang telah diuraikan di atas maka perlu di teliti kualitas *website*

e-commerce Shopee, Bukalapak, Tokopedia dengan judul “Analisis Perbandingan Kualitas Website E-Commerce Shopee, Bukalapak dan Tokopedia menggunakan Software Tester WebQual 4.0”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan pada penelitian ini, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas *website* Shopee, Bukalapak, dan Tokopedia dari sudut pandang pengguna?
2. Apakah terdapat perbedaan kualitas *website* Shopee, Bukalapak, dan Tokopedia?

1.3 Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas, diperoleh gambaran dimensi permasalahan yang sangat luas. Akan tetapi menyadari keterbatasan waktu dan kemampuan, maka peneliti perlu menentukan batasan masalah secara jelas dan terfokus, maka penelitian ini dibatasi pada :

1. Penelitian ini hanya dilakukan untuk menilai dan membandingkan kualitas *website e-commerce* Shopee, Bukalapak, dan Tokopedia.
2. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data survei menggunakan kuesioner yang disebarkan dengan teknik pengambilan sampel sampling purposive. Pengujian instrumen dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas, sedangkan pengujian hipotesis menggunakan Kruskal-Wallis.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Melakukan analisis terhadap kualitas *website e-commerce* Shopee, Bukalapak, dan Tokopedia berdasarkan persepsi pengguna dengan pendekatan kuantitatif berdasarkan *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*.
2. Mengetahui perbandingan kualitas *website* Shopee, Bukalapak, dan Tokopedia.

1.5 Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan *e-commerce* Shopee, Bukalapak, dan Tokopedia
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan bagi Shopee, Bukalapak dan Tokopedia tentang kualitas *website* mereka, sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam perbaikan kualitas layanan.
2. Bagi Mahasiswa
Sebagai bahan referensi dalam mengembangkan penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang berkaitan dengan analisis kualitas suatu *website*.
3. Bagi penulis
Menambah ilmu, wawasan, serta pengalaman bagi penulis dalam menganalisis perbandingan kualitas *website e-commerce* Shopee, Bukalapak, dan Tokopedia.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran tentang penelitian ini, berikut disajikan sistematika penulisan yang terdiri dari 5 bab :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi uraian mengenai tinjauan pustaka penelitian, teori-teori yang berkaitan dengan penelitian dan mendukung pemecahan masalah, kerangka pemikiran, dan ruang lingkup pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian yang digunakan, tahapan penelitian, populasi dan sample, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan secara rinci tentang pembahasan dan analisa analisa yang dilakukan sehingga akan jelas gambaran permasalahan yang terjadi serta alternatif pemecahan masalah yang dihadapi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir dari analisa dan pembahasan pada bab sebelumnya dan saran yang dapat di manfaatkan oleh pihak lain yang membutuhkan.