

BAB 1

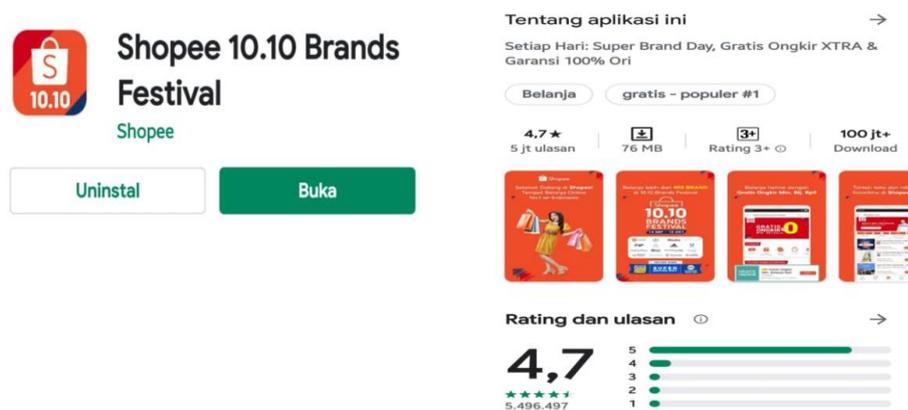
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi kini telah mengalami perkembangan yang amat pesat. Adanya perkembangan teknologi informasi saat ini dapat memudahkan para penjual dan pembeli pada saat menjalankan transaksi jual beli suatu barang dengan mudah dan cepat. Unju, Indriasari, & Mapparessa (2020) menyatakan, transaksi penjualan dan pembelian melalui media internet yang ada di Indonesia merupakan sebuah kejadian yang kini tengah populer dan dapat menambah penggunaan internet. Bertambahnya pengguna internet dapat mempengaruhi masyarakat saat melakukan kegiatan pembelian, baik pembelian berupa barang maupun jasa. Hal ini dikarenakan banyak perusahaan yang mempromosikan produknya di internet menggunakan *e-commerce*.

E-commerce yang kini sedang mengalami pertumbuhan sangat pesat di Indonesia adalah *e-commerce* jenis *marketplace*. *Marketplace* yakni tempat berkumpulnya penjual maupun pembeli di dalam sebuah situs *website*. Konsep dari *e-commerce* diantaranya dapat menimbulkan biaya transportasi, marketing, dan operasional menjadi lebih kecil sehingga harga dapat ditekan menjadi lebih murah. Karena harga yang murah akan dapat menghasilkan peningkatan volume penjualan.

Di Indonesia terdapat beberapa jenis *marketplace*, salah satunya yaitu Shopee. *Marketplace* yang memiliki 100 juta pengunduh, 4,7 juta rating dengan bintang 5 ulasan sangat baik dari 5 juta ulasan keseluruhan. Shopee dikeluarkan pada tahun 2015 di negara Singapura di bawah naungan *SEA Group*.



Gambar 1. 1 Aplikasi Shopee

(Sumber: *Google playstore, 2020*)

Pengguna terbanyak *e-commerce* adalah golongan milenial, salah satunya para mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya kampus Kota Madiun. Menurut pengalaman mahasiswa yang ada di kampus, terdapat sejumlah mahasiswa yang betransaksi *online* menggunakan aplikasi Shopee, dikarenakan adanya gratis ongkir untuk pengiriman barang ke seluruh Indonesia, selain itu terdapat diskon yang menarik untuk pelanggan yang telah disediakan oleh pihak Shopee. Pelanggan juga dapat menggunakan kemudahan dalam pembayaran, selain pembayaran menggunakan kartu kredit, debit, pelanggan juga dapat menggunakan *Shopee Pay Later* yang disediakan oleh pihak Shopee. Dalam hal ini pelanggan akan disediakan batas limit pembayaran untuk berbelanja dan dapat dibayar secara angsuran tiap bulan.

Konsep *e-commerce* sangat efektif dan efisien. Yang dimaksud efektif dan efisien yaitu dapat menghemat waktu dan tempat, dengan adanya koneksi internet yang mudah untuk diakses, adanya *WiFi* yang mudah dijangkau dan adanya perkembangan jaringan beberapa provider yang semakin mendukung.

Kepercayaan pembeli memiliki pengaruh terhadap niat bertransaksi dengan *e-commerce* Shopee, dikarenakan kepercayaan adalah faktor yang dapat menjadi motivasi pembeli pada saat menggunakan *e-commerce* Shopee. Apabila kepercayaan pembeli terhadap *e-commerce* Shopee tinggi maka pembeli akan memiliki niat yang tinggi pula untuk bertransaksi dengan *e-commerce* Shopee.

Penyebab lain yang dapat mempengaruhi niat untuk bertransaksi dengan sistem *e-commerce* adalah keamanan. Masalah keamanan yakni salah satu aspek penting dari sistem informasi. Seperti masalah keamanan data pribadi dalam transaksi *online* sering dipertanyakan oleh pengguna sebelum mereka memutuskan untuk melakukan transaksi pembelian. Pembeli akan merasa yakin apabila *e-commerce* tempat mereka bertransaksi terjamin keamanannya.

Selain keamanan, kepercayaan dan kemudahan, pembeli juga mempertimbangkan risiko-risiko yang mungkin terjadi saat bertransaksi dengan *e-commerce*. Risiko-risiko yang biasa di hadapi oleh pembeli salah satunya barang yang datang tidak sesuai dengan barang yang sudah dipilih dan dipesan.

Kebimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk berbelanja melalui online adalah seberapa besar risiko yang akan diterima jika berbelanja melalui *marketplace* yang akan dipilih dan membandingkan seberapa besar risiko yang akan diterima jika menggunakan *marketplace* yang lain.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti ingin mengetahui seberapa besar persepsi keamanan, persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko yang mempengaruhi niat bertransaksi dengan *e-commerce* Shopee. Pada penelitian ini memodifikasi dari penelitian Disa & Kesuma (2017) yang mempunyai judul “Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi manfaat dan Kepercayaan terhadap Niat Pembelian Konsumen di Portal *E-Commerce* Zalora.Co.Id. Perubahan pada objek serta variabel independen yang digunakan, pada penelitian Disa & Kesuma (2017) menggunakan Zalora sebagai objek penelitian, sedangkan pada penelitian ini menggunakan Shopee sebagai objek penelitian. Penelitian ini memodifikasi dari penelitian Disa & Kesuma (2017) yang menggunakan satu variabel yaitu variabel persepsi risiko. Kemudian peneliti menambah variabel persepsi kemudahan yang termasuk dalam konstruk utama teori TAM

(*Technology Acceptance Model*) dan menambahkan variabel lainnya yaitu persepsi keamanan dan kepercayaan.

Menurut uraian pada latar belakang masalah yang ada diatas, maka peneliti mengambil judul penelitian **“Pengaruh Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan, Persepsi kepercayaan, dan Persepsi Risiko terhadap Niat Bertransaksi dengan *E-Commerce*”**

1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, dapat disusun rumusan masalah dalam penelitian berikut ini:

1. Apakah persepsi keamanan memiliki pengaruh terhadap niat bertransaksi dengan *e-commerce* pada pengguna Aplikasi Shopee di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun?
2. Apakah persepsi kepercayaan memiliki pengaruh terhadap niat bertransaksi dengan *e-commerce* pada pengguna Aplikasi Shopee di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun?
3. Apakah persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap niat bertransaksi dengan *e-commerce* pada pengguna Aplikasi Shopee di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun?
4. Apakah persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap niat bertransaksi dengan *e-commerce* pada pengguna Aplikasi Shopee di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh persepsi keamanan terhadap niat bertransaksi dengan *e-commerce* pengguna Aplikasi Shopee di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun.
2. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat bertransaksi dengan *e-commerce* pengguna Aplikasi Shopee di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun.

3. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh persepsi kepercayaan terhadap niat bertransaksi dengan *e-commerce* pengguna Aplikasi Shopee di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun.
4. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh persepsi risiko terhadap niat bertransaksi dengan *e-commerce* pengguna Aplikasi Shopee di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian diharapkan agar dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan atau terkait dan pihak yang membutuhkan informasi mengenai penelitian ini:

1. Manfaat Akademis atau Teoritis

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa, dosen, atau pihak akademisi lainnya sebagai sarana untuk mengembangkan wawasan dan pengetahuan tentang persepsi dalam bertransaksi dengan *e-commerce* menggunakan aplikasi Shopee yang mempengaruhinya pada penelitian di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Dapat membantu pengguna *e-commerce* aplikasi Shopee untuk mengetahui tentang persepsi keamanan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi risiko dalam bertransaksi melakukan jual atau beli melalui *e-commerce*.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian ini terstruktur menurut sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 ini memiliki isi dari latar belakang, rumusan masalah penelitian, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat dari penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab 2 ini membahas tinjauan pustaka diantaranya landasan teori, penelitian-penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan rerangka konseptual.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab 3 ini memiliki isi dari desain penelitian, identifikasi, definisi operasional dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik penyampelan, analisis data.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab 4 ini memiliki isi dari gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Bab 5 ini memiliki isi diantaranya penutup dari hasil penelitian yang terdiri dari kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian dan saran yang diberikan oleh peneliti untuk pengembangan penelitian selanjutnya.