

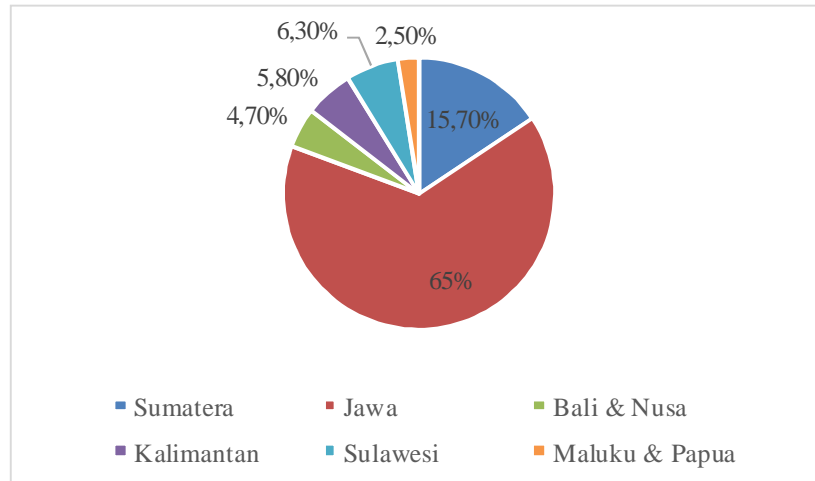
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi internet. Untuk saat internet adalah kebutuhan primer yang harus di miliki oleh masyarakat di seluruh dunia terutama di Indonesia, Indonesia juga salah satu negara yang patut di perhitungkan dalam dunia internet, dari hasil riset *Internet World Stats* yang dilakukan November 2015 menyatakan bahwa Indonesia menempati urutan 4 Internet di Asia dibawah Jepang, India lalu China dengan pengguna internet yang paling besar di Asia (www.katadata.com Diakses pada Mei 2017). Trend perkembangan pengguna internet di Indonesia sampai saat ini terus meningkat. Hal ini dibuktikan dengan riset dari *We Are Social* pada 26 Januari 2017 yang memberikan data bahwa Indonesia sebagai negara dengan pertumbuhan jumlah pengguna internet terbesar di dunia. Sebelumnya hanya mempunyai sekitar 88,1 juta pengguna internet pada awal tahun 2016, jumlah pengguna internet di tanah air telah naik sebesar 51 persen ke angka 132,7 juta pengguna pada awal 2017 ini (www.idtechinasia.com Diakses pada Mei 2017).

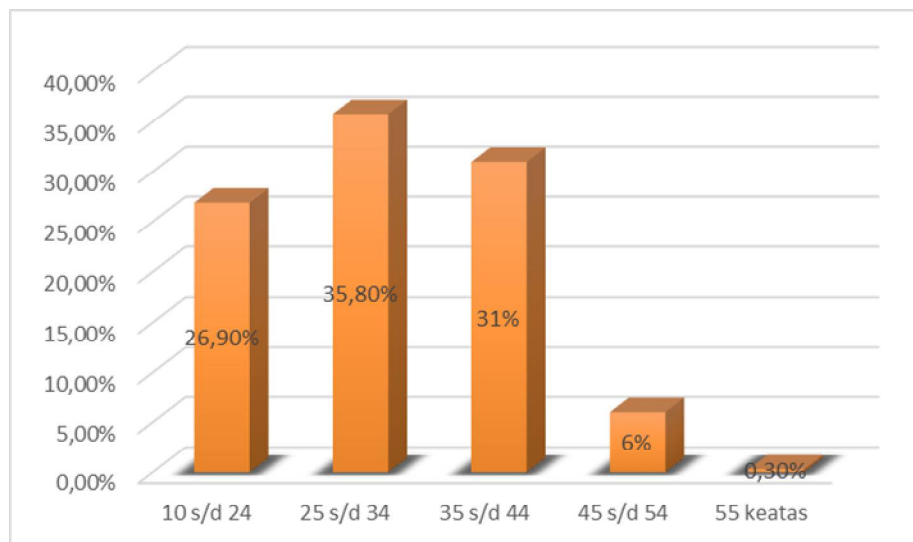
Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang di terbitkan pada bulan November 2016 dari 132,7 juta pengguna internet di Indonesia terbagi menjadi 6 daerah yang masing masing daerah diberikan presentase , berikut ini adalah grafik presentase Gambar 1. 1



Gambar 1 1 Presentase Pengguna Internet Berdasarkan Daerah di Indonesia

(Sumber : www.apjii.or.id 2016)

Dari hasil tersebut menyatakan bahwa presentase pengguna terbesar adalah 65% atau sekitar 86.339.350 jiwa yang penduduknya berada di pulau Jawa. Lalu berdasarkan usia pengguna internet di Indonesia presentasinya bisa di lihat pada gambar 1.2 berikut.



Gambar 1 2 Presentase Pengguna Internet Berdasarkan Usia di Indonesia

(Sumber : www.apjii.or.id 2016)

Dari hasil tersebut menyatakan bahwa presentase pengguna internet terbesar 35,8% berusia 25 – 34 Tahun. Dalam jumlah sebesar itu pasti oleh pelaku bisnis menjadi sebuah peluang untuk dapat berbisnis di dalamnya , salah satu yang populer sekarang adalah *E-Commerce*.

Menurut Irmawati (2011) *E-Commerce* adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. *E-Commerce* ini mencakup distribusi, penjualan, pembelian, marketing dan service dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronika seperti Internet atau bentuk jaringan komputer yang lain. Dalam perkembangan bisnis *E-Commerce*, Indonesia terbilang cukup berkembang. Semakin banyak *E-Commerce* yang muncul di Indonesia di karenakan permintaan konsumen yang cukup tinggi. Salah satu alasan kenapa transaksi *E-Commerce* begitu diminati adalah kemudahan dalam megakses website tersebut. Terbukti dari survei yang dilakukan oleh APJII (2016) pengguna internet di Indonesia memakai *smartphone* sebagai alat untuk *browsing* di dunia maya mendapatkan presentase tertinggi yaitu 67,8% atau sekitar 89,9 juta. *Smartphone* sendiri sekarang sudah menjadi kebutuhan wajib oleh segala kalangan karena hampir kepentingan mereka dapat di lakukan pada *smartphone*. Serta hasil survei dari APJII 63,5% atau sekitar 84,2 Juta pengguna internet di Indonesia pernah bertransaksi secara online. Hal ini juga di dukung dari laporan tahunan dari jumlah dana transaksi *E-Commerce* di Indonesia pada 2016 mencapai 4,89 Miliar dollar AS (www.tribunnews.com diakses pada Mei 2017).

E-Commerce yang populer di kalangan masyarakat Indonesia adalah *E-Commerce* yang berbasis *marketplace* yaitu penjual dan pembeli dapat bertransaksi pada suatu tempat dan disini tempat yang dipakai adalah *E-Commerce* itu sendiri. Terdapat ratusan website *E-Commerce* yang ada di Indonesia, namun ada beberapa *E-Commerce* yang cukup terkemuka seperti Tokopedia, Bukalapak, Lazada dan lain lain. Dalam *E-Commerce* terdapat salah satu proses yang harus di lakukan oleh konsumen, yaitu sistem pembayaran. Menurut Bank Indonesia (2008) Sistem

pembayaran adalah sistem yang berkaitan dengan kegiatan pemindahan dana dari satu pihak kepada pihak lain yang melibatkan berbagai komponen sistem pembayaran. Namun dalam sistem pembayaran di *E-Commerce* berlaku sistem pembayaran elektronik, Menurut Aigbe dan Akpojaro (2014) sistem pembayaran elektronik (*Electronic Payment System*) adalah sistem pertukaran uang antara pembeli dan penjual di lingkungan online yang difasilitasi oleh instrumen keuangan digital (seperti nomor kartu kredit terenkripsi, cek elektronik, atau uang digital) yang didukung oleh bank, sebuah perantara atau dengan tender legal. Di dalam sistem pembayaran elektronik *E-Commerce* terdapat beberapa jenis pembayaran yaitu Internet banking, Kartu kredit online, Kartu debit online, transfer bank, *digital wallet* dan tunai digital. Sistem pembayaran elektronik menjadi hal yang penting dalam *E-Commerce* karena sebegus apapun *plan* bisnis serta desain dari *E-Commerce* jika sistem pembayaran elektroniknya kurang baik maka transaksi akan terhambat. Berdasarkan hasil survei *Kaspersky Lab* di 26 negara, Indonesia merupakan salah satu negara dengan korban penipuan *online* terbesar di dunia dengan 26 persen konsumen pernah menjadi korban (www.tekno.liputan6.com Diakses Mei 2017). Hal ini mencerminkan bahwa sistem pembayaran menjadi hal yang vital karena menyangkut dana konsumen yang rawan untuk disalah gunakan. Karena itu, sistem pembayaran elektronik menjadi salah satu faktor kepuasan konsumen.

Menurut Kotler (2005:70) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Ada beberapa variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam sistem pembayaran, Menurut Tella (2012) variabel yang mengikat kepuasan konsumen terhadap sistem pembayaran elektronik adalah keamanan (*Security*), kemudahan pembayaran (*Ease of Payment*), kualitas layanan (*Service Quality*). Lalu peneliti menambahkan variabel intervening yaitu metode pembayaran elektronik, karena dalam penelitian Roozbahani *et al.*, (2015) terdapat variabel intervening dalam kepuasan konsumen bank yaitu *E-Payment Tool*

(Alat Sistem Pembayaran Elektronik) atau aplikasi dalam bank, namun karena dalam sistem pembayaran elektronik *E-Commerce* terdapat beberapa jenis pembayaran elektronik maka variabel mediasi di rubah dengan metode pembayaran elektronik.

Mahasiswa adalah koresponden paling tepat dalam melakukan penelitian ini karena menurut data APJII (2016) untuk penetrasi pengguna internet pada tahun 2016 berdasarkan pekerjaan di dominasi oleh Mahasiswa dengan presentase 89,7% .

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis jenis sistem pembayaran elektronik yang ada dalam *E-Commerce* sehingga dapat mencari data mengenai jenis sistem pembayaran elektronik yang paling banyak digunakan dalam *E-Commerce* di Indonesia, Serta akan membuat kuisisioner untuk mengetahui apakah konsumen sudah puas dengan sistem pembayaran elektronik wesbite *E-Commerce* dengan ranking tertinggi.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka judul dalam penelitian ini adalah Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Elektronik Dalam *E-Commerce Marketplace* Dengan Metode Pembayaran Elektronik Sebagai Variabel Intervening.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara keamanan (*Security*) terhadap kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*) ?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan pembayaran (*Ease of Payment*) terhadap kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*) ?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara antara kualitas layanan (*Service Quality*) terhadap kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*) ?
4. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung antara keamanan (*Security*) terhadap kepuasan konsumen melalui metode pembayaran elektronik dengan menghitung besarnya pengaruh tidak langsung ?

5. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung antara kemudahan pembayaran (*Ease of Payment*) kepuasan konsumen melalui metode pembayaran elektronik dengan menghitung besarnya pengaruh tidak langsung ?
6. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung antara kualitas layanan (*Service Quality*) terhadap kepuasan konsumen melalui metode pembayaran elektronik dengan menghitung besarnya pengaruh tidak langsung ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh yang signifikan antara keamanan (*Security*) terhadap kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*)
2. Untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh yang signifikan antara kemudahan pembayaran (*Ease of Payment*) terhadap kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*)
3. Untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan (*Service Quality*) terhadap kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*)
4. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antara keamanan (*Security*) terhadap kepuasan konsumen melalui metode pembayaran elektronik dengan menghitung besarnya pengaruh tidak langsung.
5. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antara kemudahan pembayaran (*Ease of Payment*) terhadap kepuasan konsumen melalui metode pembayaran elektronik dengan menghitung besarnya pengaruh tidak langsung.
6. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antara kualitas layanan (*Service Quality*) terhadap kepuasan konsumen melalui metode pembayaran elektronik dengan menghitung besarnya pengaruh tidak langsung.



1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi pelaku *E-Commerce*
Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai dasar pengambil keputusan yang objektif untuk meningkatkan kualitas sistem pembayaran elektroniknya.
2. Bagi Penulis
Untuk menambah pengetahuan penulis di bidang perilaku konsumen terutama di sistem pembayaran elektronik pada *E-Commerce* dan begitu juga dapat memecahkan masalah sesuai teori yang di dapat di kuliah.
3. Bagi Peneliti selanjutnya
Hasil dari penelitian ini bisa menjadi acuan dan refrensi di bidang *E-Commerce* pada masa yang akan datang.

