

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada masa kini era globalisasi telah memberikan banyak kemudahan bagi manusia dalam melakukan berbagai aktivitas sehari-hari. Salah satunya kemudahan dalam *system* informasi dan teknologi yang mampu melengkapi kebutuhan manusia. Selain itu hal yang melengkapi kebutuhan seperti belanja melalui internet telah diterima secara luas sebagai cara pembelian produk dan layanan telekomunikasi yang telah menjadi sarana yang lebih *popular* di dunia internet.



Gambar 1. 1 Logo Shopee

Sumber : Shopee.co.id (2020)

Shopee merupakan salah satu perusahaan *e-commerce* yang berpusat di Singapura di bawah naungan SEA grup yang didirikan pada tahun 2009. Shopee merupakan salah satu perusahaan di Asia Tenggara yang bergerak di bidang bisnis C2C mobile *marketplace*. Pada tahun 2015 yaitu diperkenalkannya Shopee di Singapura yang diikuti oleh beberapa negara seperti Malaysia, Indonesia, Filipina, Taiwan, Thailand, dan Vietnam. Pada tahun 2019 Shopee berhasil memperkenalkan produknya kepada negara yang diluar benua Asia yaitu Brazil, menjadikan negara pertama di bagian Amerika Selatan.

Shopee mengkedepankan visi yaitu, Menjadi C2C Mobile Marketplace Nomor 1 di Asia Tenggara. Di bawah pertanggung jawaban CEO, Chris Feng,

kelulusan salah satu mahasiswa terbaik dari lulusan Universitas Nasional Singapura.

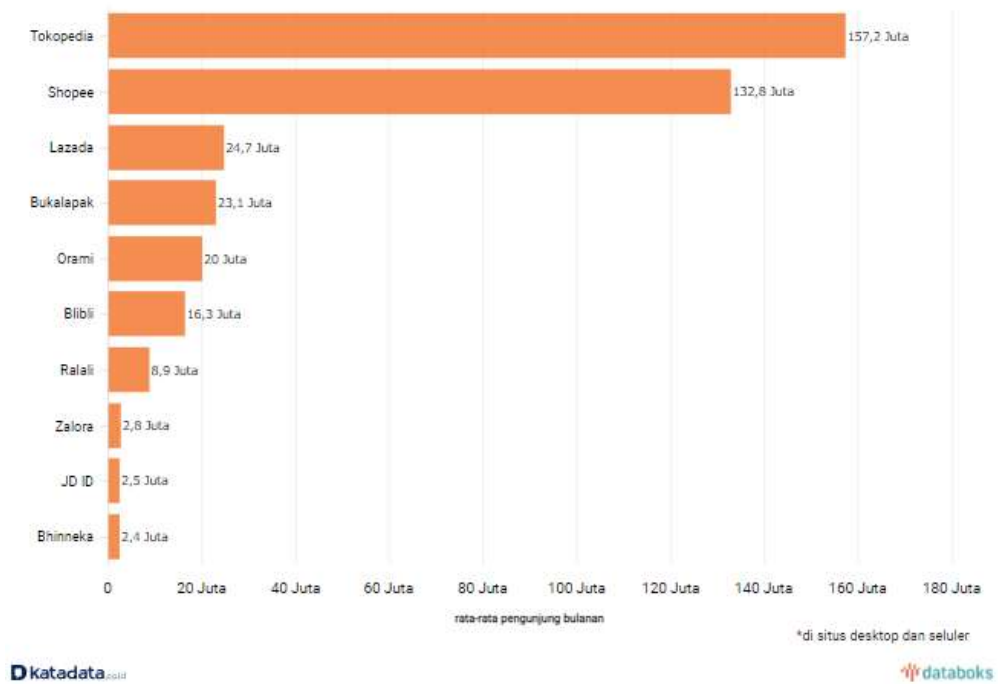
Shopee diperkenalkan pertama kali pada tanggal Desember 2015 di bawah tanggung jawab PT Shopee International Indonesia. Menawarkan *one stop mobile experience*, Shopee membuat salah satu fitur *live chat* yang dapat memudahkan para pembeli dan penjual agar mudah untuk berinteraksi dengan cepat dan mudah. Logo Shopee sendiri dapat dilihat pada gambar (1.1)

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Dalam perkembangan zaman yang sangat pesat dan semakin *modern* pada saat ini mendorong berbagai macam perubahan *system*, baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti *system* perdagangan, cara bertransaksi dan sistem pemasaran. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan semakin banyak sumber informasi yang sudah tersedia dari berbagai kalangan. Hal ini memudahkan orang mencari informasi dengan mudah sehingga memudahkan orang untuk mencari sumber informasi seperti dalam sumber informasi *e-commerce*, media sosial, *web*, dan lain lain.

Seperti sekarang banyak informasi yang kita butuhkan di berbagai informasi teknologi tersebut dengan adanya *review* tentang sebuah informasi tersebut yang dapat memudahkan untuk mendapatkan informasi yang sesuai. Salah satunya dalam bidang *e-commerce*. *e-commerce* yaitu penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa yang ada di *marketplace* melalui sistem elektronik seperti internet.

*Marketplace* di Indonesia sangatlah berkembang pesat karena banyaknya pengunjung di *marketplace* dan juga beberapa perusahaan yang berperan di *marketplace* tersebut. Menurut kadata, selama 2022, ada 5 perusahaan yang bersaing di *marketplace* yang memiliki pengunjung paling banyak yang di kunjungi setiap bulanya yaitu Tokopedia (157,2 juta), Shopee (132,8 juta), Lazada (24,7 juta), Bukalapak (23,1 juta), dan orami (20 juta). Data tersebut dapat dilihat dari gambar (1.2).



Gambar 1. 2 Data Kunjungan Marketplace Terbanyak

Sumber : Databoks, 2022

Perkembangan *marketplace* dipengaruhi oleh faktor perkembangan dari masing masing perusahaan yang terlibat di *marketplace*, perkembangan tersebut demi mencapai kepercayaan customer, dan juga minat beli *customer*. Salah satu cara agar perusahaan dapat berkembang dari fasilitas *platform* tersebut agar dapat membantu *customer* untuk memndapatkan suatu yang diinginkan, salah satunya yaitu meningkatkan atau menciptakan sebuah fitur yaitu fitur rekomendasi. Fitur rekomendasi adalah fitur yang memudahkan *customer* agar dapat menentukan produk yang diinginkan dengan memberikan saran atau rekomendasi dengan produk yang serupa berdasarkan barang yang di cari oleh *customer*.

Selain menentukan produk yang dinginkan sistem rekomendasi dapat menganalisis data calon pembeli secara otomatis untuk memilah konten halaman *web*, mengelola pesan menajadi sesuai dengan kategori, dan merekomendasikan informasi. Proses system rekomendasi bekerja dengan

menganalisis data dari interaksi *customer* untuk menentukan hubungan antara produk yang sesuai dengan *customer*. Kemudian hasil tersebut akan ditampilkan sebagai rekomendasi dari *system*.

Disamping itu dalam penelitian ini transparansi juga membantu para pemangku kepentingan dalam hal ini salah satunya *customer* pengguna aplikasi shopee, mereka akan terbantu dengan adanya keterbukaan dan kemudahan mendapatkan informasi juga memberikan rasa adil dan aman bagi mereka dalam melakukan transaksi.

Maka dari itu penelitian ini berfokus pada sebagaimana kualitas dari rekomendasi, transparansi, dan *marketplace* yang ada di shopee. Menurut (mobasher 2017) pengembangan *system* rekomendasi mengalami tantangan yang sebagaimana menggambarkan berbagai informasi mengenai produk yang berhubungan dengan *Customer* agar dapat membangun loyalitas dan kepercayaan dari pembeli.

🏠 > Digital > Teknologi

## Shopee Bakal Rilis Fitur Rekomendasi Produk, Mirip Media Sosial

Fitur tersebut akan berbentuk halaman yang memungkinkan pengguna membuat ulasan lewat tulisan, foto, dan video layaknya media sosial.



Oleh **Cindy Mutia Annur**  
10 Mei 2019, 20:56

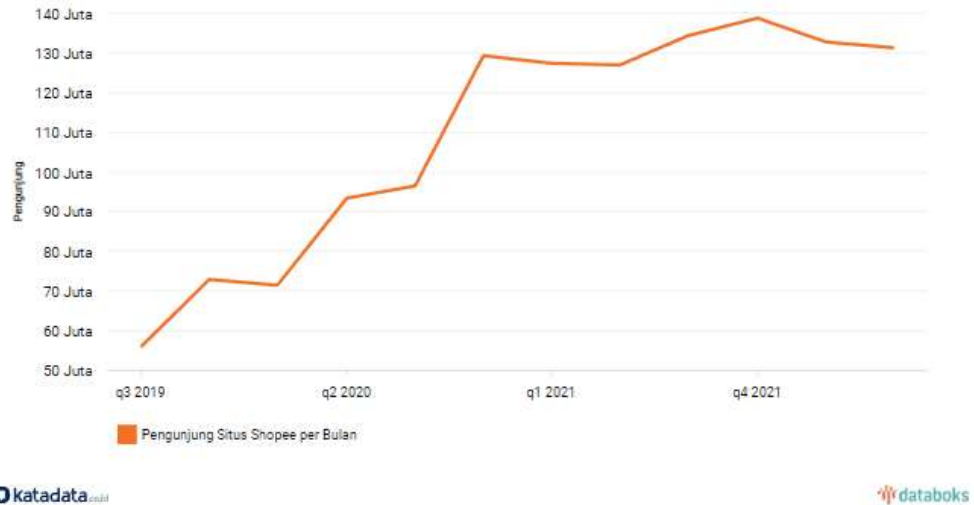


Gambar 1. 3 Fenomena Shopee

Sumber : Kata Data.co.id (2019)

Untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan minat beli, shopee berencana meluncurkan *system* rekomendasi yang baru yang bernama shopee *feed*. Bagi *customer* shopee fitur tersebut dapat merekomendasikan berbagai produk *favorite* yang ada di *platform*. Shopee berencana merilis fitur tersebut bertepatan 13 mei 2019. Rezki yanuar dari pihak country brand manager shopee mengatakan untuk mengembangkan fitur tersebut perusahaan shopee berusaha untuk menggaet *customer platform*. Fitur tersebut akan berbentuk halaman (*timeline*) yang dapat membuat suatu ulasan lewat tulisan, foto, dan video seperti media sosial biasanya.

Berdasarkan data yang di dapat dari databoks terbukti bahwa sejak diluncurkannya fitur tersebut *customer* pengguna shopee terus meningkat dari setiap taunya sehingga dapat dikatakan dirilisnya fitur shopee feed telah berhasil meningkatkan jumlah penggunanya dan membantu mempermudah *customer* menemukan produk yang mereka inginkan. Data tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 1.4 Fenomena Shopee

Sumber : Databoks, 2022

Pada gambar diatas dapat disimpulkan bahwa data tersebut menunjukkan fitur rekomendasi mempunyai peran yang cukup penting bagi *customer* diantaranya fitur rekomendasi dapat membantu *customer* dalam menentukan produk yang diinginkan oleh customer dan juga cukup sesuai pada produk yang di rekomendasikan kepada customer. Maka dari masalah tersebut penulis ingin melakukan suatu analisis pada fenomena tersebut, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul **“Analisa Kualitas Fitur Rekomendasi, Transparansi, Dan Marketplace untuk Meningkatkan Kepercayaan Pada Fitur Rekomendasi Untuk Mempengaruhi Niat Beli Pengguna Aplikasi Shopee Di Indonesia”**.

### 1.3 Rumusan Masalah

Shopee telah sukses menjadi *e-commerce* dengan pengunjung terbanyak dengan urutan kedua di Indonesia. Kesuksesan Shopee yang didapatkan sekarang ini tentu tidak akan terus bertahan dan berkembang apabila Shopee tidak terus menjaga konsistensi kinerja perusahaan dan tidak mengikuti perkembangan yang ada dengan semakin ketatnya persaingan dalam dunia aplikasi *marketplace* khususnya di Indonesia sekarang dan juga dimasa yang akan datang, Shopee harus mampu melihat apa saja yang menjadi preferensi *customer* akan fitur dalam aplikasinya. Dengan mengetahui mengenai preferensi akan aplikasi tersebut, Shopee akan dapat terus berkembang menciptakan fitur-fitur dengan spesifikasi yang membantu dan memudahkan *customer*, sehingga Shopee akan dapat menjadi pemimpin dalam bisnis aplikasi *e-commerce* khususnya di Indonesia.

Hal yang dapat mempengaruhi ketidakpercayaan dan minat beli *customer* salah satunya disebabkan oleh adanya fitur rekomendasi yang memberikan rekomendasi produk tidak sesuai dengan keinginan *customer*. juga adanya ketidaktransparansian yang menyebabkan adanya keraguan atau kurangnya kepercayaan dari *customer* dalam bertransaksi. Maka dari itu perusahaan harus mempunyai cara dalam menyelesaikan masalah tersebut. Pertanyaan penelitian yang didapatkan dari perumusan masalah :

- a) Apakah kegunaan, kualitas informasi, dan interaksi layanan dapat berhubungan dengan kualitas *marketplace* dalam membangun kepercayaan pengguna?
- b) Apakah akurasi rekomendasi, rekomendasi baru, dan keragaman rekomendasi dapat berhubungan dengan kualitas rekomendasi dalam membangun kepercayaan pengguna?
- c) Apakah kualitas rekomendasi, transparansi, dan kualitas *marketplace* dapat berhubungan dengan kepercayaan pengguna secara positif?

- d) Apakah kepercayaan pengguna dapat berhubungan dengan niat belipengguna?

#### **1.4 Tujuan dan Penelitian**

Rumusuan masalah dan tujuan penelitian ini berdasarkan *sentiment* dari *customer online shop* shopee, data yang di ambil dari data kuisisioner untuk mengetahui diantaranya :

- a) Untuk mengetahui kualitas dari usability, information quality, service interaction dapat mempengaruhi marketplace quality
- b) Untuk mengetahui kualitas dari recommendation accuracy, recommendation novelty dan recommendation diversity dapat mempengaruhi recommendation quality
- c) Untuk mengetahui kualitas rekomendasi, transparansi, dan kualitas *marketplace* dapat mempengaruhi kepercayaan customer.
- d) Untuk mengetahui apakah kepercayaan dapat berpengaruh pada rasa untuk membeli pada customer.

#### **1.5 Manfaat penelitian**

Manfaat penelitian ini untuk memudahkan perusahaan untuk mengetahui seberapa bermanfaatnya fitur tersebut bagi *customer* shopee, bila fitur tesebut kurang memberikan kemudahan untuk *customer* perusahaan dapat mengetahui lalu mengevaluasi fitur rekomendasi tersebut menjadi lebih baik.

#### **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Bab ini meliputi tentang tentang proses dan juga penjelasan secara ringkas mengenai penelitian, terdiri dari gambaran umum bab I sampai dengan bab V dalam laporan penelitian



## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana gambaran umum objek penelitian. Latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan landasan teori yang menjadi dasar dalam penelitian, terdapat penelitian terdahulu yang relevan serta perumusan hipotesis.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang jenis, tempat, dan waktu penelitian, variable, operasional, skala pengukuran, populasi dan sampel, Teknik pengumpulan data, uji validasi dan reabilitas, serta pengujian hipotesis.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan bagaimana menemukan hasil penelitian dan pembahasannya secara sistematis sesuai masalah yang telah diidentifikasi.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini adalah penyajian kesimpulan hasil analisis data yang berkaitan dengan jawaban dari rumusan masalah. Ditulis secara berurutan sesuai rumusan masalah penelitian.