

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek studi pada penelitian ini adalah perusahaan pelaku industri *E-Commerce* Indonesia yang tergabung dalam idEA. IdEA (Indonesian E-Commerce Association) merupakan asosiasi resmi antar pelaku industri *E-Commerce* Indonesia untuk bersama meningkatkan pertumbuhan industri *E-Commerce*. Sampai tahun 2016, anggota IdEA telah mencapai 266 perusahaan yang terdiri dari berbagai sektor dalam industri *E-Commerce*. Berikut jumlah anggota IdEA berdasarkan sektor yang digeluti.

Tabel 1.1 Jumlah Anggota IdEA Berdasarkan Sektor.

No	Sektor	Jumlah Anggota
1	Bank	6
2	Classified Ads	16
3	Marketplace	42
4	Online Retail	126
5	Dialy Deals	3
6	Directory	1
7	Infrastructure	26
8	Logistik	10
9	Payment Gateway	18
10	Travel	18

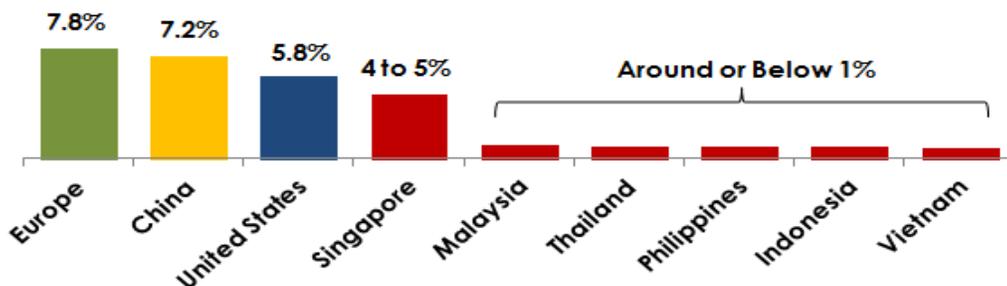
Sumber:www. idea.or.id, 2016

Berdasarkan Tabel 1.1, penelitian ini akan mengambil objek penelitian berupa perusahaan yang menjalankan proses logistik dalam kegiatan operasinya, yaitu perusahaan yang termasuk dalam sektor *Classified Ads*, *Marketplace*, *Online Retail* dan Logistik. Jumlah perusahaan yang terdapat dalam sektor tersebut adalah sebesar 194 perusahaan.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan globalisasi, perdagangan barang dan jasa juga mengalami pergeseran menjadi online. *Booming E-Commerce* seiring dengan era ekonomi global telah mendorong perkembangan pesat pada proses bisnis perusahaan dan menciptakan peluang pasar yang besar. Berbagai model *E-Commerce* telah secara signifikan mengubah lanskap bisnis dan bagaimana perusahaan bersaing (Bharadwaj, 2013).

Mengikuti jejak China dan AS, Indonesia mulai berada pada titik puncak zaman keemasan *E-Commerce*. Dengan populasi mencapai 250 juta penduduk, yang sebagian besar merupakan usia muda dengan tingkat pendidikan cukup tinggi, serta pertumbuhan ekonomi yang mulai beranjak naik, 5,02% (APBN 2016), Indonesia merupakan lahan subur dari perkembangan industri *E-Commerce*. Walaupun pasar belanja online saat ini baru mencapai 1 persen dari pasar ritel, namun telah memiliki market size Rp. 35 T, paling besar diantara negara-negara di kawasan (ATKerney, 2016). Pada 2020 dipredikasi pasar *E-Commerce* akan tumbuh hingga 4-5 % dengan *value* bisnis mencapai Rp. 241 T.



Gambar 1.1 Persentase Tingkat Belanja Online Ritel

	2014	2020
Retail (Rp T)	4498	6027
Porsi Online	1.30%	4%
e-Commerce (Rp T)	35.984	241.08

Gambar 1.2 Prediksi Pertumbuhan Bisnis e-Commerce di Indonesia

Menggeliatnya pasar *E-Commerce* di Indonesia ditandai dengan munculnya berbagai platform *E-Commerce* lokal, serta masuknya pemain *E-Commerce* dunia ke Indonesia. Hal ini juga sejalan dengan tumbuhnya pasar ekonomi kreatif dimana telah UKM di Indonesia telah tumbuh mencapai jumlah 56 juta (Kemenkop UKM, 2015). Dengan 5 Juta diantaranya merupakan pengguna *E-Commerce* dalam pemasaran produknya.

Sektor logistik dan manajemen rantai pasok pada menjadi hal penting dalam kegiatan operasional bisnis *E-Commerce* yang kompleks (Zailani, 2008). Logistik pada layanan *E-Commerce* dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya dan meningkatkan respon ke pelanggan (McLaren, 2014). Selain itu logistik pada *E-Commerce* menyumbang *value* 20-30% dari keseluruhan biaya pada e-commerce selain *digital marketing*, *payment* dan juga *Goods* yang dijual (Kerney, 2016).

<i>Value Chain</i>	<i>Value Distribution</i>
<i>Goods/ Merchants</i>	60%-70%
<i>Marketing</i>	10%-15%
<i>Logistic</i>	20%-30%
<i>Payment</i>	3%-5%

Source : World Bank Survey 2013

Gambar 1.3 Presentase *Value* pada Harga *E-Commerce*

Namun sampai saat ini belum banyak pelaku yang ambil bagian dalam jasa *fulfillment* logistik *E-Commerce*. Hal ini dapat terlihat pada pasar *fulfillment* logistik *E-Commerce* yang didominasi oleh perusahaan 3PL (*Third-Party Logistics*) pada Backbone Fulfilment dan *On-Demand Delivery* pada *Lastmile Fullment*. Perusahaan-perusahaan 3PL kebanyakan merupakan pengembangan dari transporter ataupun *freight forwarder* yang pola bisnisnya masih konvensional dan masih cukup asing dengan IT. Sedangkan perusahaan *On-Demand Delivery* walaupun sudah cukup banyak menggunakan IT dalam

proses bisnis nya namun mereka hanya mengambil sebagian peran dalam proses logistik, hanya pada bagian *lastmile*.

Dengan masifnya perkembangan *E-Commerce* di Indonesia, penyedia logistik mulai kesulitan untk memenuhi permintaan layanan logistik *E-Commerce* yang terus meningkat. Pada 2016, JNE menjelaskan bahwa pengiriman paket *E-Commerce* mencapai 16 juta paket perbulan dan akan meningkat hingga 30-40% pada 2017. Penggunaan IT dalam manajemen rantai pasok pada menjadi penting, dimana IT mampu meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya dan meningkatkan respon ke pelanggan serta dapat mengolah informasi secara terpusat dan cepat (McLaren, 2004).

Teknologi *E-Logistics* merupakan sistem yang mengotomatisasi proses logistik dan yang kompleks dan panjang dengan memberikan visibilitas dalam rantai pasok (Zhang, 2013). Sistem *E-Logistik* dapat membantu *E-Commerce* pada banyak area seperti, membantu proses bisnis berbasis digital, memberikan fungsi *customer care*, *partnership management*, manajemen inventori dan pergudangan, serta penerimaan pesanan dan pengiriman secara cepat (Amitrajit, 2013). Selain itu *E-Logistics* juga dapat mengurangi biaya *overhead* pada operasional logistik secara signifikan (Shin, H.Y, 2012). Dengan menerapkan sistem *E-Logistics* dalam *E-Commerce*, arus uang, barang, dan informasi dari hulu sampai hilir dapat terintegrasi secara efektif (Ketchen, 2007).

Fenomena saat ini menunjukkan bahwa penggunaan sistem *E-Logistics* yang komperhensif banyak digunakan oleh perusahaan *Logistics Fulfilment*. Perusahaan *Logistics Fulfilment* menyediakan jasa logistik yang *end-to-end* para pelaku *E-Commerce*, memberikan SLA pada layanannya mulai dari drop barang, *inventory*, *warehousing*, *packaging*, *transporting* hingga kurir (*lastmile*). Hingga saat ini di Indonesia, tercatat perusahaan *Logistics Fulfillment* untuk *E-Commerce* masih sangat sedikit, hanya sekitar lima perusahaan yang kebanyakan melayani platform *E-Commerce mainstream* (idEA, 2016). Memang sudah ada beberapa, baik platform *E-Commerce mainstream* maupun toko online, yang telah menggunakan sebagian sistem *E-Logistics*. Mereka mulai memiliki dan membangun platform *E-Logistics* sendiri karena permintaan untuk layanan *E-Commerce*

sangat besar sertra karena logistik pada *E-Commerce* merupakan hal yang sangat vital dan tidak dapat lagi ditangani dengan cara yang konvensional.

Studi mengenai *E-Logistics* saat ini masih cukup terbatas dan sebagian besar dilakukan di perusahaan besar pada negara maju dan bersifat kualitatif (Wang, 2006). Sedangkan studi yang berfokus pada komunitas *E-Commerce* sudah cukup banyak ditemukan karena saat ini mulai menunjukkan perkembangann bisnis serta pangsa pasar yang luas (Rahayu, 2015).

Dalam hal ini, pemilihan Indonesia sebagai tempat penelitian dilakukan karena Indonesia sedang memasuki era bonus demografi yang kebanyakan kaum kelas menengah terdidik. Oleh karena itu, fenomena perkembangan *E-Commerce* di Indonesia akan sangat pesat. Kedua, UKM sebagai pemasok terbesar barang-barang *E-Commerce* sedang bergeliat di Indonesia (Rahayu, 2015). Dengan Indonesia merupakan negara kepulauan, yang terdiri lebih dari 13 juta pulau, pemenuhan layanan logistik *E-Commerce* akan menjadi sangat penting.

Ukuran populasi dan wilayah yang luas menjadi alasan untuk *E-Commerce* di Indonesia untuk mengadopsi *E-Logistics*. Namun, seperti umumnya ditemukan di sebagian besar negara-negara berkembang, adopsi *E-Logistics* oleh *E-Commerce* di Indonesia masih tertinggal bila dibandingkan dengan di negara-negara maju.

1.3 Perumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Ada beberapa teori yang dapat digunakan untuk menyelidiki faktor penentu adopsi sebuah teknologi. Berbeda dengan teori lainnya yang lebih fokus pada perspektif individu, TOE (*Technology-Organization-Environment*) Framework yang dikembangkan oleh Tornatzky, Fleischer, dan Chakrabarti (1990) lebih fokus untuk untuk menggambarkan pengaruh faktor kontekstual terhadap adopsi dari suatu inovasi. Dalam kerangka ini, ada tiga aspek konteks yang mempengaruhi adopsi inovasi teknologi yaitu konteks teknologi, organisasi, dan eksternal enviromental (lingkungan industri).

Konteks teknologi berhubungan dengan teknologi yang relevan dengan perusahaan baik secara internal maupun eksternal. Sementara konteks organisasi berkaitan dengan sumber daya dari perusahaan, yang ditunjukkan oleh ukuran perusahaan dan kompleksitas struktur manajerial. Sedangkan konteks lingkungan mengacu kepada pihak lain di sekitar perusahaan seperti sebagai pesaing, pemasok dan pemerintah (Zhu et al., 2002).

Kerangka TOE dipilih karena pertama TOE telah diakui dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai kerangka mapan untuk mempelajari adopsi *E-Commerce* (Chevers, & Williams, 2013). Kedua, TOE mempertimbangkan berbagai konteks, tidak hanya berfokus pada konteks teknologi, tetapi juga konteks organisasi dan lingkungan. Ketiga, TOE diakui sebagai model yang menggunakan perspektif interaktif yang mengasumsikan bahwa perubahan sebuah organisasi tidak hanya ditentukan oleh individu dalam organisasi, tetapi juga oleh karakteristik organisasi (Hameed, 2012). Perspektif interaktif ini dapat menjelaskan adopsi inovasi IT secara komprehensif (Molla & Licker 2005).

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka TOE *Framework* dapat dipergunakan untuk meneliti pengaruh faktor-faktor adopsi *E-Logistics* terhadap perkembangan Industri *E-Commerce* di Indonesia. Dengan demikian, pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Seberapa besar penilaian perusahaan *E-Commerce* di Indonesia terhadap faktor-faktor yang mungkin berpengaruh pada adopsi *E-Logistics*?
- b. Berdasarkan TOE *Framework*, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi adopsi *E-Logistics* pada perusahaan *E-Commerce* di Indonesia?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui penilaian perusahaan pada industri *E-Commerce* Indonesia terhadap faktor-faktor yang mungkin berpengaruh pada adopsi *E-Logistics*.
- b. Untuk menguji pengaruh faktor-faktor adopsi *E-Logistics* pada perusahaan *E-Commerce* di Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik dari aspek akademis maupun dari praktis. Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini yaitu:

- a. Aspek Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memverifikasi faktor-faktor yang menentukan dalam adopsi *E-Logistics*. Selain itu penggunaan TOE (*Technology-Organization-Environment*) dapat memberikan pemahaman lebih dalam terhadap pengaruh lingkungan perusahaan, baik eksternal dan internal terhadap adopsi teknologi *E-Logistics* sehingga memberikan *value* yang signifikan dalam perkembangan perusahaan pada bisnis *E-Commerce* di Indonesia.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan informasi untuk pendalaman penelitian selanjutnya. Sehingga dapat menjadi acuan dan referensi bagi penelitian yang memiliki tema atau objek yang sama.

- b. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan dalam mengembangkan sistem *E-Logistics* serta membuat kebijakan dalam strategi bisnis pada bidang *E-Commerce*. Sedangkan bagi industri secara keseluruhan penggunaan *E-Logistics* pada banyak perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan industri melalui bisnis proses *E-Commerce* yang lebih efisien.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran penulisan dalam penelitian ini, berikut ini merupakan sistematika penulisan yang berisi informasi umum yang akan dibahas pada setiap babnya.

a. Bab I Pendahuluan

Memberikan penjelasan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian yang mengangkat fenomena yang menjadi isu penting sehingga layak untuk diteliti disertai dengan argumentasi teoritis yang ada, perumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang didasarkan pada latar belakang penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

b. Bab II Tinjauan Pustaka

Berisi tentang landasan teori yang berhubungan dengan tema penelitian yang diambil untuk digunakan sebagai acuan dasar bagi kerangka pemikiran dan hipotesis, serta memaparkan penelitian terdahulu dan teori-teori penunjang yang relevan untuk dapat menjawab permasalahan.

c. Bab III Metode Penelitian

Menjelaskan langkah-langkah yang diambil dalam melakukan pengujian secara empiris seperti jenis penelitian yang digunakan, variabel dan skala pengukuran, tahapan penelitian, populasi & sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data, serta pengujian hipotesis.

d. Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan data yang telah dikumpulkan serta analisis hasil pengolahannya dengan metoda yang telah ditetapkan sebelumnya. Bab ini menguraikan secara rinci beberapa hal, yaitu karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

e. Bab V Kesimpulan dan Saran

Berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dibahas dalam penelitian, saran pemecahan masalah yang ditujukan bagi objek penelitian yang diambil, dan juga berisikan saran untuk pengembangan dunia akademis dan praktis selanjutnya.