

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan

Sejalan dengan rencana untuk mengembangkan bisnis di dunia digital dan juga semakin bertambahnya kepercayaan masyarakat Indonesia pada *online shopping*, PT XL Axiata, Tbk (Perusahaan Telekomunikasi Terkenal di Indonesia) telah mendirikan sebuah perusahaan baru bernama PT. XL Planet. Perusahaan yang didirikan pada 11 Juli 2013, merupakan joint venture XL dengan perusahaan Korea Selatan, SK Planet (Anak perusahaan dari SK Telecom-Perusahaan Telekomunikasi Terbesar di Korea Selatan, serta pemilik dari [www.11st.co.kr](http://www.11st.co.kr)). Perusahaan baru ini membangun sebuah *open marketplace* di Indonesia yang diberi nama Elevenia ([www.elevenia.co.id](http://www.elevenia.co.id)) – *Your Online Shopping Paradise* yang dipimpin oleh James Lee sebagai CEO.

Kelahiran Elevenia menunjukkan keseriusan XL dalam membangun dan mengembangkan bisnis Layanan Digital dan Layanan Data. Bekerjasama dengan SK Planet, XL yakin Elevenia akan bisa bersaing dan berkembang di Indonesia, sehingga dapat ikut mendorong dan menopang pertumbuhan XL di masa depan. Di sisi lain keberadaan Elevenia juga menunjukkan komitmen XL untuk mendukung dan mendorong berkembangnya para pelaku usaha, termasuk UMKM, melalui *open marketplace*. Bertransaksi di Elevenia berarti pembeli dapat menikmati sistem belanja dengan *platform open marketplace*. Solusi pembayaran yang di sediakan adalah *Escrow System* (Rekening bersama), yang menjamin transaksi berjalan aman. Pada tahun 2017, Elevenia berubah kepemilikan dari PT. XL Axiata Tbk dan SK Planet menjadi berada di bawah grup Salim lewat PT Jaya Kencana Mulia Lestari dan Superb Premium Pte. Ltd.



**Gambar 1. 1 Alur Transaksi Elevenia**

Sumber: elevenia.co.id (2019)

Berdasarkan gambar 1.1 mengenai alur transaksi di Situs Elevenia, dapat dijelaskan dengan rincian sebagai berikut:

1. *Buyer* melakukan transaksi di elevenia.
2. Elevenia akan memberikan notifikasi kepada *seller* atas transaksi yang terjadi.
3. Setelah ada pemberitahuan dari elevenia, penjual mengirimkan barang kepada *buyer*.
4. Setelah menerima barang, *buyer* melakukan konfirmasi.
5. Setelah menerima konfirmasi, elevenia melakukan pencairan dana kepada *seller*.

Hal pertama yang dilakukan adalah pembeli menggunakan Elevenia sebagai medium untuk memilih produk yang akan dibeli. Setelah pembeli merasa cocok dengan produk yang ingin dibeli, pembeli akan melakukan transaksi kepada penjual, namun yang unik dari Elevenia adalah pembayaran melalui Elevenia ketika barang sudah sampai ditangan pembeli maka Elevenia akan menyerahkan pembayaran kepada penjual. Jadi jika barang belum sampai ke tangan pembeli, uang belum diserahkan kepada penjual. Bahkan uang dapat dikembalikan kepada pembeli jika barang tidak sampai ke tangan pembeli. Hal ini dilakukan agar pembeli merasa aman dan nyaman berbelanja *online* di Elevenia. Setelah melakukan pembayaran barulah penjual mengirim barang yang dipesan oleh pembeli melalui agen pengiriman barang.

Elevenia memiliki 8 kategori utama, yakni *Fashion, beauty/health, babies/kids, home/garden, gadget/computer, electronic, hobby, dan service/food*. Ditambahkan lagi bahwa 90% dari para *seller* di Elevenia merupakan UKM lokal, baik korporasi maupun perorangan. Untuk pilihan pembayaran, saat ini Elevenia udah memiliki beberapa pilihan, mulai dari *online payment*, transfer antar bank, pembayaran melalui ATM dan juga kartu kredit. Untuk saat ini, Elevenia sudah bekerjasama dengan VISA, Bank Mandiri, Bank BCA dan juga Bank Danamon. Sedangkan untuk jasa pengiriman, Elevenia sudah bekerjasama dengan JNE.

### 1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi perusahaan yaitu untuk menjadi pemimpin pasar pada tahun 2016, yang dimana telah dihasilkan dengan proposisi *key value* yang membedakan elevenia dengan *e-commerce* lainnya.



**Gambar 1. 2 Visi dan Misi Perusahaan Elevenia**

Sumber: elevenia.co.id (2019)

Perusahaan Elevenia juga memiliki slogan adalah KLIK. CARI. HEPI., itulah tiga kata yang menerangkan berbelanja *online* di elevenia co.id. Sebagai salah satu *e-commerce* terdepan di Indonesia, elevenia mempunyai visi dan misi untuk menjadi *e-commerce* paling Hapi untuk anda di seluruh Indonesia. Menawarkan berbagai macam produk menarik dengan harga terbaik serta diskon istimewa. Nikmati juga berbagai macam promo menarik setiap hari yang tentu saja bikin Hapi.

### 1.1.3 Logo Perusahaan

Perusahaan Elevenia memiliki logo yang merupakan simbol perusahaan seperti dibawah ini:



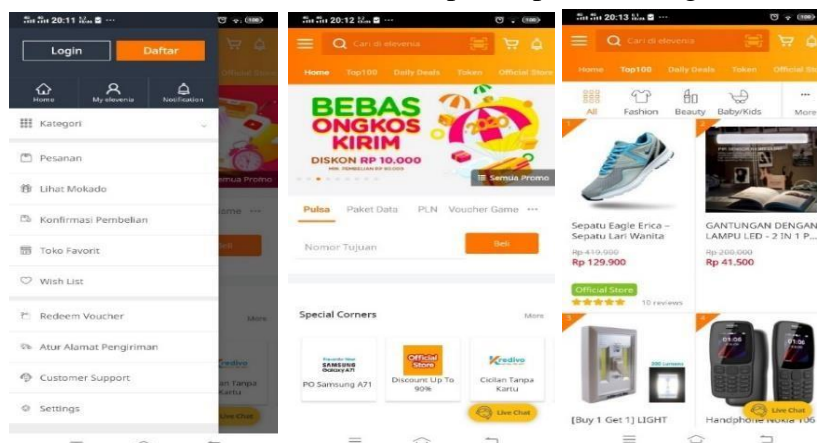
**Gambar 1. 3 Logo Perusahaan Elevenia**

Sumber: elevenia.co.id (2019)

Logo perusahaan Elevenia tersebut merepresentasikan *seller*, *buyer* dan *happiness* yang dapat dilihat pada penggunaan tiga lingkaran yang berada pada logo. Logo tersebut menjelaskan proses yang dilakukan *buyer* sebelum berbelanja yang dimulai dari Klik yang terletak pada lingkaran warna hijau, mencari barang (Cari) yang terletak pada lingkaran warna merah dan berujung dengan yang membawa kebahagiaan (Hepi) yang terletak pada lingkaran kuning.

### 1.1.4 Tampilan Aplikasi Elevenia

Perusahaan Elevenia memiliki tampilan aplikasi sebagai berikut:



**Gambar 1. 4 User Interface Aplikasi Elevenia**

Sumber: Aplikasi Elevenia (2019)

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

*E-commerce* adalah perdagangan elektronik, sebuah pemasaran barang atau jasa dengan sistem elektronik melalui internet. Dalam hal ini *e-commerce* memiliki konten yang melibatkan data/sistem/manajemen yang dijalankan secara otomatis.






Industri ini akan melibatkan transaksi seperti transfer dana, pemasaran *online*, jual beli, dan lain sebagainya (liputan6.com, 2019).

*E-commerce* telah mengalami berbagai macam perkembangan mulai dari fungsi sampai jenis – jenis *e-commerce* dengan karakteristik yang berbeda (sisternet.co.id, 2019). Adapun jenis – jenis *e-commerce* di Indonesia dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. *Business-to-Business* (B2B) meliputi semua transaksi elektronik barang atau jasa yang dilakukan antar perusahaan. Produsen dan pedagang tradisional biasanya menggunakan jenis *e-commerce* ini. Umumnya *e-commerce* dengan jenis ini dilakukan dengan menggunakan EDI (*Electronic Data Interchange*) dan *email* dalam proses pembelian barang dan jasa, informasi dan konsultasi, atau pengiriman dan permintaan proposal bisnis seperti Bizzy dan Ralali.
- b. *Business-to-Consumer* (B2C) adalah jenis *e-commerce* antara perusahaan dan konsumen akhir. Hal ini sesuai dengan bagian ritel dari *e-commerce* yang biasa dioperasikan oleh perdagangan ritel tradisional seperti Bhinneka, Berrybenka dan Tiket.com.
- c. *Consumer-to-Consumer* (C2C) merupakan jenis *e-commerce* yang meliputi semua transaksi elektronik barang atau jasa antar konsumen. Umumnya transaksi ini dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan *platform online* untuk melakukan transaksi tersebut. Penerapan C2C dengan cara penjual diperbolehkan langsung berjualan barang melalui *website* yang telah ada contohnya Tokopedia, Bukalapak dan Lamido. Penerapan C2C dengan mengharuskan penjual terlebih dulu menyelesaikan proses verifikasi, contohnya Blanja dan Elevenia.
- d. *Consumer-to-Business* (C2B) adalah jenis *e-commerce* dengan pembalikan utuh dari transaksi pertukaran atau jual beli barang secara tradisional. Jenis *e-commerce* ini sangat umum dalam proyek dengan dasar multi sumber daya. Platform yang umumnya menggunakan jenis *e-commerce* ini adalah pasar yang menjual foto bebas royalti, gambar, media dan elemen desain seperti [www.istockphoto.com](http://www.istockphoto.com).
- e. *Business-to-Administration* (B2A) adalah jenis *e-commerce* yang mencakup semua transaksi yang dilakukan secara *online* antara perusahaan dan administrasi publik. Beberapa contoh *website* administrasi publik yang menerapkan B2A adalah [www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id), [www.allianz.com](http://www.allianz.com) dan [www.bpjs-online.com](http://www.bpjs-online.com).

- f. *Consumer-to-Administration* (C2A) meliputi semua transaksi elektronik yang dilakukan antara individu dan administrasi publik. Area yang menggunakan jenis *e-commerce* ini adalah pendidikan, jamsostek, pajak dan kesehatan.
- g. *Online-to-Offline* (O2O) adalah jenis *e-commerce* yang menarik pelanggan dari saluran *online* untuk toko fisik. O2O mengidentifikasi pelanggan di bidang *online* seperti email dan iklan internet, kemudian menggunakan berbagai alat dan pendekatan untuk menarik pelanggan agar meninggalkan lingkup *online*. Contohnya seperti Groupon Inc, Uber, Airbnb, Kudo dan MatahariMall.

Indonesia merupakan pasar dengan pertumbuhan *e-commerce* yang menarik dari tahun ke tahun. Sejak tahun 2014, Euromonitor mencatat, penjualan *online* di Indonesia sudah mencapai US\$ 1,1 miliar. Data sensus Badan Pusat Statistik (BPS) juga menyebut, industri *e-commerce* Indonesia dalam 10 tahun terakhir meningkat hingga 17% dengan total jumlah usaha *e-commerce* mencapai 26,2 juta unit. Pada tahun 2018, *e-commerce* di Indonesia tercatat mengalami pertumbuhan sangat pesat dan diperkirakan akan terus meningkat seiring berkembangnya jumlah pengusaha dan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (wartaekonomi, 2019). Daftar *e-commerce* berdasarkan aplikasi di Indonesia yang menjadi favorit pada tahun 2017 dapat dilihat pada gambar berikut:

Toko Online		Ranking PlayStore
1	 Lazada	#1
2	 Shopee	#1
3	 Tokopedia	#2
4	 Bukalapak	#3
5	 Blibli	#4
6	 Elevenia	#5

**Gambar 1. 5 Ranking Aplikasi E-Commerce Kuartal I 2017**

Sumber: iprice.co.id (2020)

Berdasarkan gambar 1.7 dapat dilihat bahwa berdasarkan *ranking* pada kuartal I tahun 2017 ada 5 aplikasi *e-commerce* yang menjadi favorit pengguna yaitu Lazada dan Shopee yang berada pada peringkat 1, Tokopedia yang berada pada peringkat 2, Bukalapak pada peringkat 3, Blibli pada peringkat 4 dan Elevenia pada peringkat 5. Walaupun Elevenia berada pada peringkat 5, namun nilai transaksi Elevenia sepanjang 2017 mencapai Rp 1 triliun dengan jumlah total transaksi mencapai 4 juta. Sementara, 93 persen dari 81 ribu penjualnya merupakan penjual individu. Sebanyak 4,5 juta produk dijual di *market place* dengan pembeli yang mencapai 580 ribu pembeli. Pihaknya juga mengklaim telah mendapat 419 kunjungan. Pengguna aktif aplikasi Elevenia disebut telah menyentuh angka 1,4 juta (cnnindonesia, 2018). Perkembangan *e-commerce* baru di Indonesia membuat terjadinya perubahan yang signifikan terutama pada aplikasi *e-commerce* yang dapat dilihat pada gambar berikut:

Toko Online	Ranking AppStore	Ranking PlayStore
1  Shopee	#1	#1
2  Lazada	#3	#2
3  Tokopedia	#2	#3
4  Bukalapak	#4	#4
5  Blibli	#5	#5
6  JD ID	#7	#6
7  Sorabel	#10	#7
8  Zalora	#6	#8
9  AllExpress	#9	#9
10  Socialla	#8	#10
11  Alfacart	#18	#11
12  Elevenia	#17	#12

**Gambar 1. 6 Ranking Aplikasi E-Commerce Kuartal IV 2019**

Sumber: iprice.co.id (2020)

Berdasarkan gambar 1.8 dapat dilihat bahwa terjadinya perubahan *ranking* aplikasi *e-commerce* pada kuartal IV 2019. Pada tahun 2019, lima aplikasi *e-commerce* yang menjadi favorit pengguna tidak terjadi perubahan tetap di pegang oleh Shopee,

Lazada, Tokopedia, Bukalapak dan Blibli. Namun terjadi perubahan signifikan pada aplikasi *e-commerce* Elevenia yang pada tahun 2017 berada pada urutan 5, namun pada tahun 2019 berada pada urutan 12 di *PlayStore* dan pada *AppStore* berada pada urutan 17. Berdasarkan penurunan yang terjadi pada aplikasi *e-commerce* Elevenia, penulis melakukan observasi mengenai permasalahan – permasalahan yang dialami pengguna Elevenia pada tahun 2019 yang didapatkan melalui twitter @eleveniicare sebagai berikut:



**Gambar 1. 7 Keluhan Pengguna Elevenia**

Sumber: Twitter Elevenia (2019)



Berdasarkan gambar 1.9 dapat dilihat berbagai keluhan pengguna Elevenia. Sebagian besar pengguna aplikasi Elevenia mengeluhkan kesulitan dalam melakukan transaksi, kesulitan mengakses, ketidakjelasan mengenai informasi dan data dalam aplikasi, dan pelayanan yang kurang baik dari *customer service* Elevenia. Keluhan – keluhan tersebut dapat membuat pengguna meninggalkan aplikasi Elevenia dalam melakukan transaksi jual beli *online*. Kunci kesuksesan aplikasi *e-commerce* dalam hal meningkatkan loyalitas dan ketergantungan pada *brand* adalah menciptakan desain dan menyediakan fitur yang konsumen inginkan. Seorang konsumen akan merasa dilayani ketika dapat dengan mudah mengakses aplikasi, melakukan pencarian, menyimpan produk yang diinginkan, membandingkan satu produk dengan produk lainnya, dan tentu saja membeli produk kapanpun dan dimanapun. Apabila aplikasi *e-commerce* memenuhi persyaratan tersebut sulit bagi konsumen untuk berpindah ke produk lain dan tetap loyal (cranium.id, 2020).

Menurut Delone dan McLean (2016) kepuasan pengguna memegang peranan penting untuk mengetahui tanggapan pengguna sistem informasi terhadap sistem informasi yang digunakan. Teori tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Asmie Utami (2018) menyatakan bahwa bagi sebuah *e-commerce* kepuasan pengguna dipengaruhi oleh kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan. Konsumen akan merasa puas saat menemukan informasi yang dibutuhkan, tidak memerlukan banyak usaha dan kualitas layanannya yang diberikan oleh penyedia *e-commerce* baik. Berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan wawancara awal pada 30 responden mengenai kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas layanan dan kepuasan pengguna pada aplikasi Elevenia yang disebar melalui *googleform*. Hasil wawancara awal mengenai kualitas informasi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Hasil Wawancara Awal Kualitas Informasi Aplikasi Elevenia**

Pernyataan	Ya	Tidak
Informasi dalam aplikasi Elevenia disesuaikan dengan kebutuhan pengguna	46,7%	53,3%
Informasi dalam aplikasi Elevenia lengkap dan akurat	26,7%	73,3%

(bersambung)

(sambungan)

<b>Pernyataan</b>	<b>Ya</b>	<b>Tidak</b>
Informasi dalam aplikasi Elevenia selalu diperbaharui ( <i>up to date</i> )	23,3%	76,7%
Informasi dalam aplikasi Elevenia dapat dipercaya oleh pengguna	46,7%	53,3%

Sumber: Pengolahan Data (2020)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat hasil wawancara awal kepada tiga puluh responden mengenai kualitas informasi terdapat beberapa masalah yaitu:

1. Pada pernyataan pertama, didapatkan hasil bahwa 53,3% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa informasi dalam aplikasi Elevenia tidak disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Elevenia belum dapat menyajikan informasi yang relevan atau sesuai bagi penggunanya. Hasil ini didukung dengan banyaknya keluhan dari pengguna yang mengeluhkan mengenai ketidaksesuaian informasi produk yang di jual dengan barang yang didapatkan.
2. Pada pernyataan kedua, didapatkan hasil bahwa 73,3% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa informasi dalam aplikasi Elevenia tidak lengkap dan akurat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Elevenia menyajikan informasi yang tidak jelas mencerminkan maksudnya sehingga membingungkan pengguna. Hasil ini didukung dengan beberapa keluhan pengguna yang mengeluhkan mengenai informasi produk yang di jual tidak di jelaskan secara terperinci sehingga membingungkan konsumen dalam menentukan produk yang hendak di beli.
3. Pada pernyataan ketiga, didapatkan hasil bahwa 76,7% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa informasi dalam aplikasi Elevenia tidak selalu diperbaharui (*up to date*). Hasil tersebut menunjukkan bahwa informasi dalam aplikasi Elevenia merupakan data yang terlambat (*usang*) dan akan berakibat fatal atau kesalahan dalam keputusan pembelian pengguna. Hasil ini didukung dengan banyaknya keluhan pengguna yang sudah melakukan pembelian namun transaksi dibatalkan secara sepihak karena stok produk kosong, namun di aplikasi Elevenia tidak diperbaharui.

4. Pada pernyataan keempat, didapatkan hasil bahwa 53,3% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa informasi dalam aplikasi Elevenia tidak dapat dipercaya oleh pengguna. Hasil tersebut menunjukkan bahwa informasi dalam aplikasi Elevenia membuat ragu – ragu pengguna untuk melakukan transaksi. Hasil ini didukung dengan banyaknya keluhan pengguna yang mengalami kesalahan informasi saat memutuskan untuk melakukan transaksi pada aplikasi Elevenia.

Hasil wawancara awal pada 30 responden yang disebar melalui *googleform* mengenai kualitas sistem dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1. 2**

**Hasil Wawancara Awal Kualitas Sistem Aplikasi Elevenia**

<b>Pernyataan</b>	<b>Ya</b>	<b>Tidak</b>
Pengguna dapat menggunakan aplikasi Elevenia dengan mudah	46,7%	53,3%
Pengguna dapat mengakses aplikasi Elevenia dengan waktu yang cepat	36,7%	63,3%
Aplikasi Elevenia saat digunakan tidak pernah mengalami kesalahan	20%	80%
Aplikasi Elevenia selalu di perbaharui ( <i>up to date</i> )	26,7%	73,3%
Data pengguna aplikasi Elevenia terlindungi dengan baik	46,7%	53,3%

Sumber: Pengolahan Data (2020)

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat hasil wawancara awal kepada tiga puluh responden mengenai kualitas pelayanan terdapat beberapa masalah yaitu:

1. Pada pernyataan pertama, didapatkan hasil bahwa 53,3% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa aplikasi Elevenia tidak dapat digunakan dengan mudah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Elevenia membuat kesulitan penggunaannya. Hasil ini didukung dengan banyaknya pengguna yang kesulitan dalam mengakses aplikasi Elevenia karena seringkali terjadi *bug* dan mengalami *force close* aplikasi.

2. Pada pernyataan kedua, didapatkan hasil bahwa 63,3% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa aplikasi Elevenia memiliki respon yang lambat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Elevenia tidak memiliki pemrosesan dan waktu respon yang cepat saat digunakan. Hasil ini di dukung dengan banyaknya pengguna yang mengeluhkan kelambatan dalam mengakses aplikasi Elevenia walaupun kondisi jaringan internet dalam keadaan normal.
3. Pada pernyataan ketiga, didapatkan hasil bahwa 80% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa saat digunakan aplikasi Elevenia sering mengalami kesalahan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Elevenia tidak memiliki ketahanan sistem informasi yang baik sehingga sering menyebabkan kerusakan atau kesalahan. Hasil ini didukung dengan berbagai keluhan pengguna mengenai proses transaksi yang gagal, namun pembayaran telah dilaksanakan serta pengguna kesulitan dalam melakukan pengembalian dana dari transaksi tersebut.
4. Pada pernyataan keempat, didapatkan hasil bahwa 73,3% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa aplikasi Elevenia tidak selalu diperbaharui (*up to date*). Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Elevenia tidak melakukan perubahan – perubahan untuk memenuhi kebutuhan penggunanya. Hasil ini didukung dengan beberapa keluhan pengguna yang menyatakan bahwa tampilan desain dan kecepatan akses aplikasi Elevenia yang tidak mengalami peningkatan.
5. Pada pernyataan kelima, didapatkan hasil bahwa 53,3% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa data pengguna aplikasi tidak terlindungi dengan baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data pengguna aplikasi Elevenia tidak terjamin keamanannya dan rentan untuk diretas oleh orang lain. Hasil ini didukung dengan adanya ketidakamanan data pribadi pengguna yang disalahgunakan oleh orang lain untuk melakukan transaksi jual beli melalui aplikasi Elevenia.

Hasil wawancara awal pada 30 responden yang disebar melalui *googleform* mengenai kualitas layanan dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1. 3**

**Hasil Wawancara Awal Kualitas Layanan Aplikasi Elevenia**

<b>Pernyataan</b>	<b>Ya</b>	<b>Tidak</b>
Aplikasi Elevenia memiliki respon yang cepat dan tanggap	36,7%	63,3%

(bersambung)

(sambungan)

<b>Pernyataan</b>	<b>Ya</b>	<b>Tidak</b>
Aplikasi Elevenia memberikan jaminan keamanan dan dapat dipercaya	33,3%	66,7%
Aplikasi Elevenia memiliki desain yang menarik	40%	60%
Aplikasi Elevenia memperhatikan kepentingan dan kebutuhan pengguna	33,3%	66,7%
Aplikasi Elevenia dapat berjalan dengan baik	33,3%	66,7%

Sumber: Pengolahan Data (2020)

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat hasil wawancara awal kepada tiga puluh responden mengenai kualitas layanan terdapat beberapa masalah yaitu:

1. Pada pernyataan pertama, didapatkan hasil bahwa 63,3% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa aplikasi Elevenia tidak memiliki respon yang cepat dan tanggap. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Elevenia memiliki respon yang lambat dan tidak tanggap apabila digunakan oleh pengguna dalam melakukan transaksi. Hasil ini didukung dengan banyaknya keluhan aplikasi Elevenia tidak memiliki *customer service* yang cepat dan tanggap dalam mengatasi permasalahan transaksi.
2. Pada pernyataan kedua, didapatkan hasil bahwa 66,7% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa aplikasi Elevenia tidak memberikan jaminan keamanan dan tidak dapat dipercaya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Elevenia tidak memiliki keamanan yang baik sehingga pengguna tidak percaya dalam menggunakan aplikasi Elevenia dalam melakukan transaksi. Hasil ini didukung dengan banyaknya keluhan pengguna yang mendapatkan transaksinya gagal, namun tagihan pembelian tetap ada dalam pembayaran yang dilakukan melalui kartu kredit.
3. Pada pernyataan ketiga, didapatkan hasil bahwa 60% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa desain aplikasi Elevenia kurang menarik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Elevenia tidak memiliki tampilan fisik yang menarik

bagi konsumen. Hasil ini didukung dengan penurunan kunjungan pengguna pada aplikasi Elevenia yang tidak memiliki desain yang menarik.

4. Pada pernyataan keempat, didapatkan hasil bahwa 66,7% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa aplikasi Elevenia tidak memperhatikan kepentingan dan kebutuhan pengguna. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Elevenia tidak memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan sehingga tidak membuat kenyamanan bagi pengguna. Hasil ini didukung dengan banyaknya keluhan pengguna yang tidak diperhatikan dari berbagai aspek seperti penyelesaian permasalahan yang cepat dan responsif dan pelayanan *customer service* yang kurang ramah terhadap konsumen.
5. Pada pernyataan kelima, didapatkan hasil bahwa 66,7% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa aplikasi Elevenia tidak dapat berjalan dengan baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Elevenia belum memiliki konsistensi kinerja dan kemampuan untuk dipercaya. Hasil ini didukung dengan kesusahan dan kesulitan pengguna dalam menggunakan aplikasi Elevenia disaat kondisi jaringan internet yang stabil dan *smartphone* yang digunakan memiliki spesifikasi yang mumpuni.

Hasil wawancara awal pada 30 responden yang disebar melalui *googleform* mengenai kepuasan pengguna dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1. 4**  
**Hasil Wawancara Awal Kepuasan Pengguna Aplikasi Elevenia**

<b>Pernyataan</b>	<b>Ya</b>	<b>Tidak</b>
Pengguna merasa puas dengan informasi dan fungsi aplikasi Elevenia	16,7%	83,3%
Pengguna merasa puas dengan keakuratan data dalam aplikasi Elevenia	23,3%	76,7%
Pengguna merasa puas dengan setiap transaksi jual beli yang dilakukan melalui aplikasi Elevenia	20%	80%

(bersambung)

(sambungan)

<b>Pernyataan</b>	<b>Ya</b>	<b>Tidak</b>
Pengguna merasa puas dengan kemudahan dalam mengakses aplikasi Elevenia	30%	70%
Pengguna merasa puas dengan ketepatan waktu aplikasi Elevenia dalam menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan pengguna	20%	80%

Sumber: Pengolahan Data (2020)

Berdasarkan tabel 1.4 dapat dilihat hasil penyebaran kuesioner kepada tiga puluh responden mengenai kepuasan pengguna terhadap beberapa masalah yaitu:

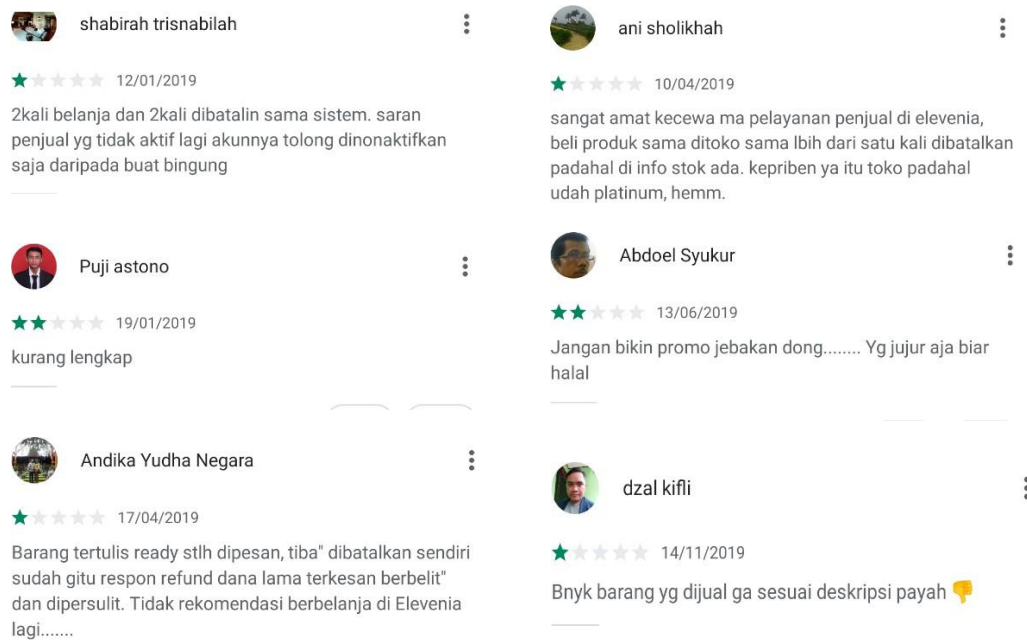
1. Pada pernyataan pertama, didapatkan hasil bahwa 83,3% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa tidak merasa puas dengan informasi dan fungsi aplikasi Elevenia. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Elevenia tidak berhasil menciptakan kepuasan dari segi informasi dan fungsi terhadap penggunanya. Hasil ini didukung dengan banyaknya keluhan mengenai kesulitan mengakses, informasi produk yang sudah tidak pernah di perbaharui, dan sering mengalami *error*.
2. Pada pernyataan kedua, didapatkan hasil bahwa 76,7% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa tidak merasa puas dengan keakuratan data dalam aplikasi Elevenia. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Elevenia tidak berhasil menciptakan kepuasan dari segi keakuratan data. Hasil ini didukung dengan banyaknya keluhan ketidakpuasan berdasarkan data yang benar seperti produk yang sudah tidak tersedia, namun dalam aplikasi produk tersebut masih dalam status tersedia.
3. Pada pernyataan ketiga, didapatkan hasil bahwa 80% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa tidak merasa puas dengan setiap transaksi jual beli yang dilakukan melalui aplikasi Elevenia. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Elevenia tidak berhasil memberikan kepuasan kepada penggunanya berdasarkan setiap transaksi jual beli yang dilakukan. Hasil ini didukung dengan penurunan pengguna aplikasi Elevenia untuk melakukan transaksi jual beli dikarenakan barang yang tidak sampai, pesanan barang yang diproses dengan lama dan proses pengembalian dana yang sulit.

4. Pada pernyataan keempat, didapatkan hasil bahwa 70% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa tidak merasa puas dengan kemudahan dalam mengakses aplikasi Elevenia. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Elevenia tidak berhasil menciptakan kepuasan berdasarkan kemudahan dalam mengakses aplikasi Elevenia dimana pengguna lebih sering merasakan kesulitan. Hasil ini didukung dengan banyaknya kesulitan yang dialami pengguna dari berbagai aspek dalam mengakses halaman awal sampai melakukan transaksi sampai akhir.
5. Pada pernyataan kelima, didapatkan hasil bahwa 80% pengguna aplikasi Elevenia menyatakan bahwa tidak merasa puas dengan ketepatan waktu aplikasi Elevenia dalam menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan pengguna. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Elevenia tidak berhasil memberikan kepuasan kepada pengguna melalui data dan informasi yang dibutuhkan pengguna. Hasil ini didukung dengan menurunnya kepercayaan pengguna dalam melakukan transaksi di aplikasi Elevenia dikarenakan data dan informasi yang tidak akurat dan tidak selalu diperbaharui.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan kepada 30 responden pengguna aplikasi Elevenia mengenai kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas layanan dan kepuasan pengguna dapat dilihat bahwa sebagian besar pengguna mengalami kesulitan dan merasa tidak puas dalam menggunakan informasi, sistem, layanan dari aplikasi Elevenia.

Penulis melakukan observasi permasalahan – permasalahan yang terkait dengan hasil wawancara awal yang telah dilakukan yang terkait dengan kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan pada aplikasi Elevenia yang didapatkan dari keluhan – keluhan yang di sampaikan oleh pengguna pada *AppStore* dan *PlayStore*. Hasil observasi permasalahan yang terkait dengan kualitas informasi pada aplikasi Elevenia dapat dilihat pada gambar berikut:



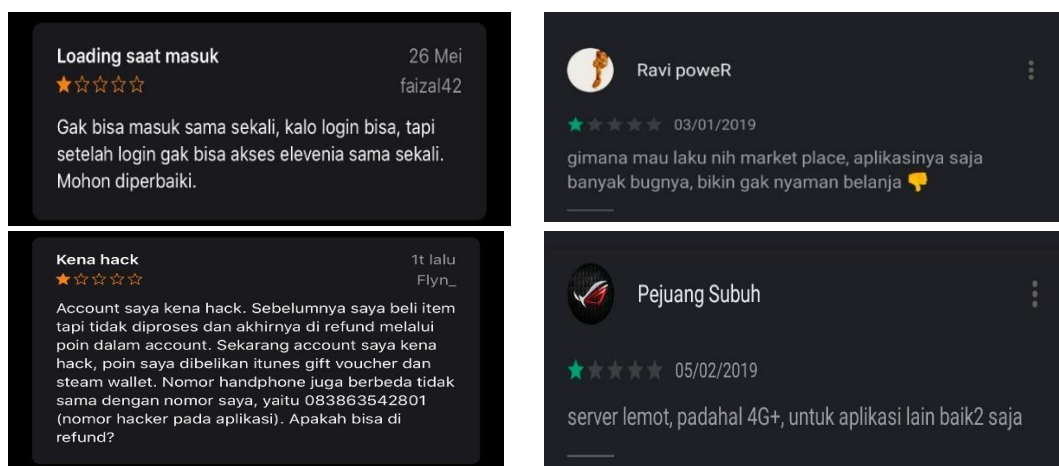


**Gambar 1. 8 Keluhan Mengenai Kualitas Informasi Aplikasi Elevenia**

Sumber: *Appstore* dan *PlayStore* Aplikasi Elevenia

Berdasarkan gambar 1.10 dapat dilihat hasil observasi mengenai keluhan – keluhan pengguna mengenai kualitas informasi aplikasi Elevenia. Pengguna aplikasi Elevenia sebagian besar memberikan keluhan adanya ketidaksesuaian informasi produk, informasi produk yang tidak terperinci, pembelian produk yang dibatalkan sepihak dikarenakan informasi produk yang tidak diperbaharui serta adanya kesalahan informasi produk yang tidak lengkap dan tidak sesuai dengan deskripsi yang disampaikan.

Hasil observasi permasalahan yang terkait dengan kualitas sistem pada aplikasi Elevenia dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



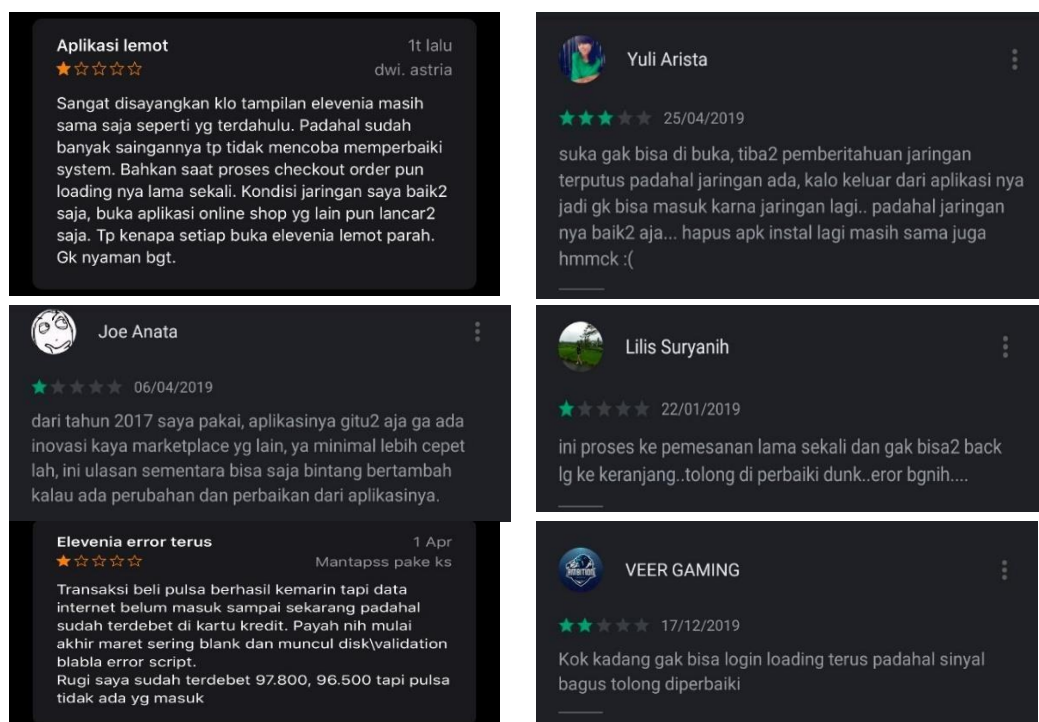


**Gambar 1. 9 Keluhan Mengenai Kualitas Sistem Aplikasi Elevenia**

Sumber: *Appstore* dan *PlayStore* Aplikasi Elevenia

Berdasarkan gambar 1.11 dapat dilihat keluhan – keluhan pengguna mengenai kualitas sistem Aplikasi Elevenia yang didapatkan dari *Appstore* dan *PlayStore* Aplikasi Elevenia. Berdasarkan keluhan tersebut, sebagian besar pengguna aplikasi Elevenia memberikan keluhan dalam mengakses aplikasi Elevenia seperti adanya *bug* dari aplikasi, proses mengakses aplikasi yang memerlukan waktu yang lama, kesulitan proses pengembalian dana dari transaksi yang gagal, tampilan desain aplikasi yang tidak mengalami peningkatan serta ketidakamanan data pribadi yang disalahgunakan.

Hasil observasi mengenai permasalahan yang terkait dengan kualitas layanan pada aplikasi Elevenia dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



**Gambar 1. 10 Keluhan Mengenai Kualitas Layanan Aplikasi Elevenia**

Sumber: *Appstore* dan *PlayStore* Aplikasi Elevenia

Berdasarkan gambar 1.12 dapat dilihat keluhan – keluhan dari pengguna mengenai kualitas layanan Aplikasi Elevenia. Pengguna aplikasi Elevenia memberikan keluhan mengenai proses layanan yang tidak sesuai dengan harapan seperti proses *checkout order* yang lama, proses pemesanan yang lama, pemesanan layanan yang tidak didapatkan namun tagihan tetap ada dan kesulitan dalam menggunakan layanan dalam aplikasi Elevenia.

Delone dan McLean (2016) menyatakan bahwa kepuasan pengguna dapat dipengaruhi oleh kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan. Teori tersebut didukung dengan hasil wawancara awal dan hasil observasi yang dilakukan dapat dilihat bahwa sebagian besar pengguna aplikasi Elevenia memberikan keluhan yang terkait dengan kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan dari aplikasi Elevenia.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Elevenia”**.

### **1.3 Rumusan Masalah**

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

1. Bagaimana kualitas informasi pada aplikasi Elevenia?
2. Bagaimana kualitas sistem pada aplikasi Elvenia?
3. Bagaimana kualitas pelayanan pada aplikasi Elevenia?
4. Bagaimana kepuasan pengguna pada aplikasi Elevenia?
5. Seberapa besar pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi Elevenia secara parsial?
6. Seberapa besar pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi Elevenia secara simultan?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan dan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas informasi pada aplikasi Elevenia.
2. Untuk mengetahui kualitas sistem pada aplikasi Elevenia.

3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada aplikasi Elevenia
4. Untuk mengetahui kepuasan pengguna pada aplikasi Elevenia.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi Elevenia secara parsial.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi Elevenia secara simultan.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan pengetahuan mengenai kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna pada *e-commerce* dan keilmuan pemasaran. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan studi untuk penelitian selanjutnya, dapat melatih kemampuan analisis, serta berfikir secara sistematis dan konseptual.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan praktis bagi mahasiswa maupun perusahaan yang terkait.

#### **1. Bagi pihak pelaku bisnis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaannya dalam segi kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna agar dapat mempertahankan loyalitas penggunanya, serta meningkatkan profitabilitas perusahaan.

#### **2. Bagi pihak akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna.

#### **3. Bagi pihak lainnya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pengambilan keputusan bagi masyarakat umum dalam melakukan transaksi menggunakan aplikasi Elevenia.

## **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Dalam upaya pelaksanaan penelitian, peneliti melakukan penelitian pada pengguna aplikasi Elevenia. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan mulai dari Desember 2019 sampai dengan Juni 2020.

## **1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan tugas akhir bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai isi dari penelitian skripsi ini. Adapun sistematika penulisan skripsi ini disusun sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi penjelasan mengenai gambaran secara umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi mengenai teori-teori dan literatur mengenai pemasaran terkait dengan topik dan variabel penelitian yaitu kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

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

Bab ini menguraikan hasil pembahasan mengenai permasalahan yang diangkat dalam penelitian yaitu analisis mengenai pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Elevenia.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan yang berkaitan dengan kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Elevenia.