

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Tokopedia adalah salah satu *platform e-commerce* terbesar di Indonesia yang menyediakan berbagai layanan bagi konsumen untuk berbelanja secara *online*, mulai dari produk kebutuhan sehari-hari hingga barang-barang elektronik dan *fashion*. Sebagai pelaku usaha dalam industri *e-commerce* di Indonesia, Tokopedia telah menjadi pilihan utama bagi jutaan pengguna yang mengandalkan kenyamanan dan kemudahan dalam berbelanja melalui internet. Tokopedia tidak hanya melayani konsumen individu, tetapi juga menjadi wadah bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas.

Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna dan transaksi digital, aspek keamanan dan privasi data menjadi semakin penting dalam operasional platform *e-commerce*. Tokopedia telah mengimplementasikan berbagai fitur keamanan untuk meningkatkan kepercayaan pengguna serta melindungi data pribadi dan transaksi mereka.

Fitur-fitur keamanan utama Tokopedia meliputi:

- Verifikasi Dua Langkah (2FA): Fitur ini menambahkan lapisan perlindungan ekstra untuk mencegah akses tidak sah ke akun pengguna. Selain kata sandi, pengguna diwajibkan memasukkan kode verifikasi yang dikirimkan melalui SMS atau aplikasi autentikasi seperti Google Authenticator.
- PIN Tokopedia: Sebagai langkah verifikasi tambahan, pengguna dapat mengatur PIN untuk melindungi transaksi penting seperti penarikan saldo ke rekening bank. Fitur ini sangat krusial bagi pemilik toko online di Tokopedia.

- **Enkripsi Data:** Tokopedia menerapkan teknologi enkripsi untuk melindungi informasi sensitif pengguna, termasuk data pembayaran. Enkripsi ini memastikan bahwa informasi hanya dapat diakses oleh pihak yang berwenang.
- **Rekening Bersama:** Sistem ini memungkinkan Tokopedia untuk menahan dana pembeli hingga barang diterima, sehingga mengurangi risiko penipuan dan memastikan keamanan transaksi antara pembeli dan penjual.
- **Kebijakan Perlindungan Data Pribadi:** Tokopedia memiliki kebijakan privasi yang jelas mengenai pengumpulan, penggunaan, dan perlindungan data pengguna. Informasi sensitif seperti data pembeli disamarkan pada halaman tertentu, dan Tokopedia menyatakan komitmennya untuk tidak menjual atau menyewakan data pribadi pengguna.
- **Fitur Komunikasi Aman:** Tokopedia menyediakan saluran komunikasi resmi melalui “Diskusi Produk” dan fitur “Chat” dalam aplikasinya, guna menjaga interaksi antara pembeli dan penjual tetap aman dan terdokumentasi di dalam platform.

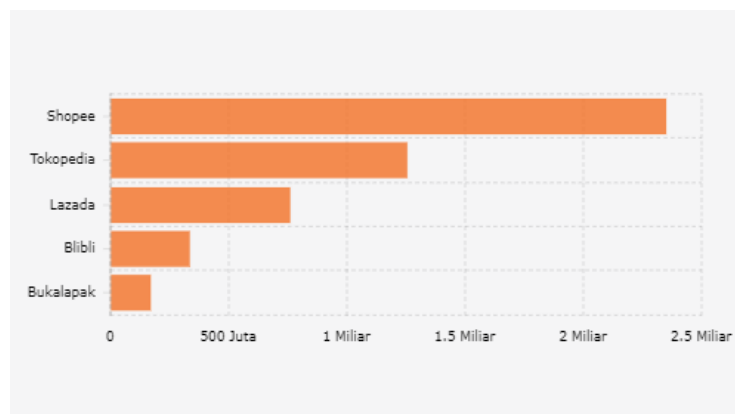
Fitur-fitur di atas menunjukkan bahwa Tokopedia terus berupaya menciptakan lingkungan digital yang aman dan terpercaya, baik bagi pengguna individu maupun pelaku usaha. Penerapan teknologi keamanan dan kebijakan perlindungan data menjadi bagian penting dari strategi Tokopedia dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pengguna di tengah kompetisi industri *e-commerce* yang semakin dinamis.

1.2 Latar Belakang

E-commerce telah menjadi salah satu sektor ekonomi paling dinamis di era digital, dengan pertumbuhan signifikan dalam dekade terakhir. Pada tahun 2023, nilai transaksi *e-commerce* global diproyeksikan mencapai USD 6,3 triliun, menunjukkan peningkatan besar yang didorong oleh perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen (Saeed, 2023). Inovasi seperti *big data* dan *blockchain* memungkinkan platform *e-commerce* menyediakan layanan yang lebih efisien dan aman. Namun, di balik pertumbuhan ini, muncul tantangan besar,

terutama terkait privasi dan keamanan data konsumen (Bandara et al., 2020). Keamanan data menjadi isu utama dalam mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap platform *e-commerce*. Serangan siber, kebocoran data, dan penyalahgunaan informasi pribadi dapat merusak reputasi platform dan menurunkan loyalitas konsumen. Hal ini menjadi perhatian khusus di negara berkembang seperti Indonesia, di mana regulasi keamanan data masih kurang memadai dan literasi digital masyarakat belum merata (Chawla & Kumar, 2021).

Terkait dengan insiden kebocoran data yang terjadi pada Tokopedia pada tahun 2020, sebuah laporan dari CNN Indonesia menyebutkan bahwa sekitar 91 juta data pengguna yang bocor kemudian dijual di forum *hacker*. Insiden ini menyoroti betapa rentannya keamanan data di *platform e-commerce*, terutama bagi konsumen yang mengandalkan sistem transaksi online untuk berbelanja. Kejadian ini tentu saja memengaruhi persepsi konsumen terhadap Tokopedia, yang sebelumnya telah menjadi salah satu platform *e-commerce* terbesar di Indonesia (CNN Indonesia, 2020). Menanggapi hal tersebut, Tokopedia berusaha untuk memperbaiki kebijakannya dengan meningkatkan sistem keamanan dan melakukan pemulihan reputasi melalui transparansi informasi dan langkah-langkah mitigasi risiko yang lebih ketat.



Gambar 1.1 Top 5 *E-commerce* yang sering dikunjungi 2023

Sumber: 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Databoks, 2023)

Di sisi lain, berdasarkan laporan dari Databoks, Tokopedia berada di jajaran top 5 *e-commerce* terbanyak dikunjungi di Indonesia pada tahun 2023. Kondisi ini menggambarkan bahwa penggunaan *platform* tetap tinggi, dan masyarakat terus melakukan transaksi digital secara masif. Hal ini menimbulkan pertimbangan penting mengenai apakah tingginya penggunaan *platform* mencerminkan rasa aman yang sesungguhnya dirasakan oleh pengguna, atau justru lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti kemudahan akses dan kebiasaan berbelanja. Oleh karena itu, penting untuk memahami secara mendalam bagaimana persepsi terhadap keamanan dan kepercayaan dibentuk dalam benak konsumen, khususnya dalam konteks penggunaan platform *e-commerce* seperti Tokopedia.

Perlu disadari bahwa semakin besar basis pengguna sebuah *platform*, maka semakin penting pula aspek keamanan dan privasi untuk dijaga. Pengguna yang aktif setiap hari menyerahkan berbagai data pribadi dan finansial kepada sistem digital, mulai dari alamat rumah hingga nomor rekening. Oleh karena itu, persepsi terhadap keamanan dan privasi data bukan hanya sekadar faktor pendukung, melainkan telah menjadi determinan utama keberhasilan sebuah platform digital.

Untuk itu, penting memahami faktor-faktor yang memengaruhi *perception of security and privacy* konsumen terhadap platform *e-commerce* seperti Tokopedia. Beberapa faktor yang memengaruhi persepsi ini antara lain adalah kekhawatiran konsumen terhadap penggunaan kartu kredit dan ancaman keamanan siber yang lebih luas, seperti serangan terhadap sistem operasi, jaringan, dan aplikasi (Baako et al., 2019). Kekhawatiran mengenai penggunaan kartu kredit dalam transaksi online sering kali menjadi fokus utama dalam evaluasi keamanan oleh pelanggan.

Selain itu, *consumer rating* terhadap layanan yang diberikan, termasuk pengalaman berbelanja dan pengelolaan masalah terkait transaksi, menjadi indikator penting dalam menilai kualitas keamanan dan pelayanan *platform*. Konsumen yang merasa puas dengan proses belanja dan pengelolaan data mereka lebih cenderung memberikan penilaian positif terhadap platform yang mereka gunakan. Tingkat kepercayaan yang diberikan oleh konsumen terhadap platform *e-*

commerce dipengaruhi oleh transparansi kebijakan privasi dan langkah-langkah keamanan yang diterapkan oleh platform tersebut (Saura et al., 2021). Konsumen yang memiliki tingkat literasi digital tinggi cenderung lebih kritis dalam mengevaluasi kebijakan privasi dan langkah-langkah keamanan yang diterapkan oleh platform (Rejikumar et al., 2021), yang menunjukkan bahwa literasi digital dapat berperan dalam membentuk persepsi kepercayaan pelanggan.

Sementara itu, faktor-faktor yang mendorong konsumen untuk berbelanja online, seperti transparansi data, kebijakan pengembalian produk, dan reputasi platform, berperan besar dalam menciptakan hubungan yang lebih kuat antara platform dan konsumen (Beatty et al., 2020). Selain itu, kekhawatiran terkait dengan penyalahgunaan data pribadi, pengungkapan lokasi, dan riwayat penelusuran dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan platform tertentu. Hal ini dapat menurunkan loyalitas pelanggan terhadap platform (Affia et al., 2020). Kepercayaan konsumen juga dipengaruhi oleh perasaan mereka terhadap reputasi dan keamanannya. Konsumen yang merasa aman dan yakin akan perlindungan data pribadi mereka cenderung lebih setia terhadap platform, meskipun terdapat ancaman dari pihak luar (Liu et al., 2022).

Tingkat kepercayaan ini berhubungan langsung dengan loyalitas pelanggan, yang menjadi indikator keberhasilan *platform* dalam menghadapi persaingan di industri *e-commerce* (Kolotylo-Kulkarni et al., 2021). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi *perception of security and privacy* terhadap Tokopedia setelah insiden kebocoran data pada tahun 2020. Studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi platform e-commerce dalam meningkatkan strategi keamanan data dan membangun kembali kepercayaan pelanggan.

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan fenomena di atas, penulis akhirnya memutuskan untuk melakukan penelitian dengan menganalisis faktor seperti *Consumer Rating*, *Trustworthiness*, *Credit Card Usage Concerns*, *Motivation Factors*, *Customer Worries*, dan *Customer Feelings* terhadap *Perception of Security and Privacy in E-Commerce* dengan tajuk "**Analisis Faktor-**

Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Keamanan Data Online dan Privasi Pelanggan pada Aplikasi E-Commerce Tokopedia".

1.3 Perumusan Masalah

Dalam konteks akademis, penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan privasi memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap *platform e-commerce*, terutama pasca insiden keamanan (Kolotylo-Kulkarni et al., 2021). Namun, riset yang berfokus pada *platform e-commerce* di Indonesia, seperti Tokopedia, masih sangat terbatas. Dari segi praktis, insiden kebocoran data Tokopedia pada tahun 2020, di mana lebih dari 13 juta akun dilaporkan bocor dan diperjualbelikan, telah menimbulkan tantangan besar bagi perusahaan dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan. Berdasarkan permasalahan ini, dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana *Consumer Rating* memengaruhi *perception of security and privacy* pada aplikasi Tokopedia?
2. Bagaimana *trustworthiness* dari platform e-commerce memengaruhi *perception of security and privacy* pada aplikasi Tokopedia?
3. Bagaimana *credit card usage concerns* memengaruhi *perception of security and privacy* pada aplikasi Tokopedia?
4. Bagaimana *motivation factor* yang ditawarkan oleh organisasi bisnis untuk berbelanja memengaruhi *perception of security and privacy* pada aplikasi Tokopedia?
5. Bagaimana *customer worries* memengaruhi *perception of security and privacy* pada aplikasi Tokopedia?
6. Bagaimana *customer feelings* memengaruhi *perception of security and privacy* pada aplikasi Tokopedia?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan perumusan masalah yang telah diajukan, berikut adalah tujuan penelitian yang sesuai:

1. Untuk menganalisis bagaimana *Consumer Rating* memengaruhi *perception of security and privacy* pada aplikasi Tokopedia.
2. Untuk menganalisis bagaimana *trustworthiness* dari *platform e-commerce* memengaruhi *perception of security and privacy* pada aplikasi Tokopedia.
3. Untuk menganalisis bagaimana *credit card usage concerns* memengaruhi *perception of security and privacy* pada aplikasi Tokopedia.
4. Untuk menganalisis bagaimana *motivation* memengaruhi *perception of security and privacy* pada aplikasi Tokopedia.
5. Untuk menganalisis bagaimana *customer worries* memengaruhi *perception of security and privacy* pada aplikasi Tokopedia.
6. Untuk menganalisis bagaimana *customer feelings* memengaruhi *perception of security and privacy* pada aplikasi Tokopedia.

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi keamanan dan kepercayaan konsumen terhadap Tokopedia, serta untuk memberikan rekomendasi bagi *platform e-commerce* dalam meningkatkan keamanan data dan membangun kembali kepercayaan konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

- **Aspek Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam manajemen pemasaran dan perilaku konsumen serta manajemen keamanan informasi di sektor *e-commerce*. Studi ini memberikan wawasan mengenai hubungan antara *perception of security and privacy* dengan loyalitas konsumen. Selain itu, penelitian ini memperkaya literatur mengenai strategi manajemen risiko dan

perlindungan data pelanggan, yang dapat menjadi acuan bagi penelitian lanjutan untuk mengeksplorasi pengaruh keamanan data terhadap keberlanjutan bisnis dalam ekosistem digital.

- **Aspek Praktis**

1. Bagi industri *e-commerce*:

Penelitian ini memberikan wawasan bagi pelaku industri, khususnya Tokopedia, untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi *perception of security and privacy*. Temuan penelitian dapat digunakan untuk merancang strategi manajemen keamanan data yang lebih efektif, meningkatkan transparansi, serta memperkuat kebijakan perlindungan pelanggan guna membangun kembali kepercayaan setelah insiden kebocoran data.

2. Bagi Masyarakat:

Penelitian ini membantu konsumen untuk meningkatkan literasi digital mereka, khususnya dalam memahami pentingnya privasi data dan bagaimana memilih *platform e-commerce* yang aman dan terpercaya. Dengan begitu, masyarakat dapat lebih bijak dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan mereka.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan digunakan untuk memudahkan dalam mengetahui pembahasan yang dalam penelitian ini, adapun penulisan sistematika penulisan sebagai berikut:

- 1) BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas subjek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian.

- 2) BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Teori, penelitian sebelumnya, hubungan antar variabel, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian dibahas dalam bab ini. Bab ini juga terdiri dari subbab yang memberikan ringkasan teori.

3) BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis penelitian, bagaimana variabel digunakan, skala pengukuran, populasi dan sampel, dan metode pengumpulan dan analisis data

4) BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, bab ini menjelaskan hasil dan pembahasan penelitian.

5) BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dan rekomendasi penelitian dibahas dalam bab ini