

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan zaman yang terus berkembang memunculkan berbagai perkembangan yang memengaruhi kehidupan manusia. Dengan adanya internet, kehidupan manusia semakin dipermudah karena kecepatan, kemudahan, hingga dapat menjangkau wilayah yang luas. Jumlah pengguna internet juga turut berkembang[1]. Sesuai laporan DataReportal, total pemakai internet di Indonesia tahun 2023, tepatnya pada Januari 2023, menyentuh sebesar 212,9 juta orang. Peningkatan pemakai internet di Indonesia menyentuh 77,0% dari jumlah populasi pada awal tahun 2023. DataReportal juga mengingat informasi total penduduk di Indonesia yang menyentuh 276,4 juta per Januari 2023. Dari jumlah tersebut, dapat ditarik kesimpulan ada sebesar 63,51 juta orang Indonesia tidak memakai internet pada pertengahan tahun 2023. Salah satu aktivitas masyarakat yang ikut berkembang karena perkembangan zaman yaitu aktivitas berbelanja[2].

Perkembangan internet dan teknologi informasi telah mengubah lanskap perdagangan global secara fundamental[3]. Salah satu manifesting paling signifikan dari revolusi digital ini adalah pertumbuhan pesat *e-commerce* atau perdagangan elektronik. *E-commerce* telah mengubah cara bisnis beroperasi dan konsumen berbelanja, menghapus batasan geografis dan menciptakan pasar global yang lebih terhubung. Perdagangan yang sebelumnya dilakukan secara tradisional dengan tatap muka, berkembang menjadi penjualan melalui *website* atau disebut juga *e-commerce*[4]. Pertumbuhan ini membawa berbagai peluang sekaligus tantangan. Di satu sisi, *e-commerce* membuka akses pasar yang lebih luas bagi pelaku usaha dan memberikan lebih banyak pilihan serta kenyamanan bagi konsumen. Di sisi lain, persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi dan mengadopsi teknologi terbaru seperti kecerdasan buatan (*AI*) dan pembelajaran mesin (*machine learning*) untuk meningkatkan personalisasi dan efisiensi operasional[5], [6].

Integration adalah sebuah proses menghubungkan berbagai subsistem atau komponen yang berbeda menjadi satu kesatuan yang dapat berfungsi dan berkomunikasi secara terpadu[7]. Sedangkan *Integration Quality* dalam platform *e-commerce* mengacu pada seberapa baik berbagai komponen dan sistem dalam platform *e-commerce* dapat bekerja sama secara efektif dan efisien. Seberapa baik berbagai komponen dan sistem dapat

di lihat dari konsistensi informasi, yang mana konsistensi informasi memastikan informasi produk, harga, stok, dan data pelanggan konsisten di seluruh saluran penjualan dan sistem internal[8]. Lalu, otomatisasi proses yang mana sistem diintegrasikan untuk mengotomatisasi proses seperti pembaruan inventaris, pemrosesan pesanan, dan pengiriman, mengurangi kesalahan manual dan meningkatkan efisiensi. Kemudian, pengalaman pengguna yang mulus, visibilitas data secara *real-time*, keamanan dan privasi data dan lainnya. *E-commerce* memiliki dampak yang signifikan pada kesuksesan sistem informasi dalam konteks platform belanja online. Integrasi ini meningkatkan penerimaan pengguna terhadap platform dengan menawarkan pengalaman belanja[9]. Pengguna cenderung menerima platform yang memungkinkan mereka untuk berinteraksi langsung dengan merek, mendapatkan rekomendasi produk dari teman, dan berbagi pengalaman belanja mereka secara sosial. Selain itu, integrasi juga memperbaiki kualitas informasi yang tersedia bagi pengguna dengan memungkinkan mereka melihat ulasan produk, foto pengguna, dan konten terkait lainnya di media sosial[10]. Hal ini memperkuat persepsi pengguna tentang kualitas informasi yang diberikan oleh platform *e-commerce*. Kualitas layanan juga meningkat karena layanan pelanggan yang responsif dan interaktif di media sosial dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat hubungan antara merek dan pelanggan[10]. Selain itu, pengguna lebih cenderung memanfaatkan sistem secara penuh karena pengalaman berbelanja yang lebih holistik dan terhubung[11]. Kemampuan untuk berbelanja langsung dari media sosial atau melalui tautan yang dibagikan oleh teman juga meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap keamanan dan keandalan sistem. Akibatnya, pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan terhubung dapat meningkatkan kepuasan pengguna secara keseluruhan, sehingga mendorong keberlanjutan penggunaan platform ini dalam jangka panjang[7]. Dengan demikian, kualitas integrasi pada *e-commerce* berkontribusi pada berbagai aspek kesuksesan sistem informasi, termasuk penerimaan pengguna, kualitas informasi, kualitas layanan, pemanfaatan sistem, kepercayaan pengguna, kepuasan pengguna, dan keberlanjutan penggunaan[12].

Information System Success Model (ISSM) yang biasa disebut juga sebagai model DeLone & McLean juga dapat digunakan untuk mengukur kinerja sistem informasi[13]. *Information System Success Model (ISSM)* memiliki enam dimensi variabel yang telah mengalami perubahan[13]. Perubahan tersebut menjelaskan bahwa keberhasilan sistem informasi dipertimbangkan oleh faktor kualitas informasi (*Information Quality*), kualitas sistem (*System Quality*), kualitas layanan (*Service Quality*) yang dapat berpengaruh terhadap

penggunaan (*Use*) dan kepuasan pengguna (*User Satisfaction*), serta mengarah pada manfaat bersih (*Net Benefit*)[13]. Model *Information System Success Model (ISSM)* juga dipandang sebagai teori yang menjelaskan bagaimana kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keinginan dan kepuasan pengguna[14]. Model DeLone & McLean ini dapat diartikan juga sebagai kepentingan untuk mengetahui nilai dan efisiensi, serta tindakan manajemen dari sistem informasi yang diimplementasikan[15]. Penilaian tersebut didasari oleh variabel yang saling mempengaruhi kesuksesan sebuah sistem informasi[16]. Pentingnya permasalahan tersebut dilakukan agar pengguna dari *E-commerce* dapat merasakan manfaat penggunaan *e-commerce* dan menimbulkan pengalaman yang baik DeLone & McLean dipilih karena model ini menjelaskan dalam *ISSM* bahwa manfaat bersih (*Net Benefit*) adalah sebuah hasil akhir yang dicapai apabila sebuah sistem memiliki kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas pelayanan yang baik, dimana ketiga aspek kualitas ini akan menjadi penentu tercapainya kepuasan pengguna dan penggunaan pada para pengguna sistem informasi, yang berujung pada dirasakannya manfaat bersih atas penggunaan sistem[13]. Meskipun model ini mendapatkan banyak kritikan dan masukan, namun hingga saat ini, model ini masih menjadi alat utama yang digunakan peneliti untuk mengevaluasi kesuksesan sebuah sistem informasi, antara lain penelitian terdahulu yang sudah banyak dilakukan[15]. Masing-masing peneliti tersebut memiliki objek yang berbeda-beda namun secara umum memiliki hasil yang seragam, bahwa *ISSM* dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan sistem informasi yang diteliti. Keragaman objek penelitian menghasilkan tambahan wawasan yang memperkaya literatur yang mencoba membuktikan teori DeLone dan McLean dalam konsep *ISSM*[14].

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas layanan, dan kualitas integrasi terhadap penggunaan dan kepuasan pengguna, serta mengarah pada manfaat bersih. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada kekayaan literatur mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan teknologi *e-commerce* dan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian di masa depan serta memberikan manfaat dalam pengembangan teknologi *e-commerce* di masa yang akan datang.

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti bermaksud untuk menguji bagaimana variabel kualitas integrasi yang memengaruhi kesuksesan platform *e-commerce* dengan metode *Information System Success Model (ISSM)* dengan judul

“Menguji Pengaruh Kualitas Integrasi Dalam Model Kesuksesan Sistem Informasi Studi Kasus: Platform E-Commerce”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Informasi (*Information Quality*), Kualitas Sistem (*System Quality*), Kualitas Layanan (*Service Quality*) dan Kualitas Integrasi (*Integration Quality*) terhadap Intensitas Penggunaan (*Intention to Use*) pada penggunaan platform *e-commerce* di Kota Medan?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Informasi (*Information Quality*), Kualitas Sistem (*System Quality*), Kualitas Layanan (*Service Quality*) dan Kualitas Integrasi (*Integration Quality*) terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*) pada penggunaan platform *e-commerce* di Kota Medan?
3. Bagaimana pengaruh Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*) terhadap Intensitas Penggunaan (*Intention to Use*) pada penggunaan Platform *e-commerce* di Kota Medan?
4. Bagaimana pengaruh Intensitas Penggunaan (*Intention to Use*) terhadap Manfaat Bersih (*Net Benefit*) atau *individual impact* pada penggunaan platform *e-commerce* di Kota Medan?
5. Bagaimana pengaruh Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*) terhadap Manfaat Bersih (*Net Benefit*) atau *individual impact* pada penggunaan platform *e-commerce* di Kota Medan?

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh Kualitas Informasi (*Information Quality*), Kualitas Sistem (*System Quality*), Kualitas Layanan (*Service Quality*) dan Kualitas Integrasi (*Integration Quality*) yang mempengaruhi Intensitas Penggunaan (*Intention to Use*) pada penggunaan platform *e-commerce* di Kota Medan.
2. Menganalisis pengaruh Kualitas Informasi (*Information Quality*), Kualitas Sistem (*System Quality*), Kualitas Layanan (*Service Quality*) dan Kualitas Integrasi (*Integration Quality*) yang mempengaruhi Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*) pada penggunaan platform *e-commerce* di Kota Medan.

3. Menganalisis pengaruh Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*) yang mempengaruhi Intensitas Penggunaan (*Intention to Use*) pada penggunaan platform *e-commerce* di Kota Medan.
4. Menganalisis pengaruh Intensitas Penggunaan (*Intention to Use*) yang mempengaruhi Manfaat Bersih (*Net Benefit*) atau *individual impact* pada penggunaan platform *e-commerce* di Kota Medan.
5. Menganalisis pengaruh Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*) yang mempengaruhi Manfaat Bersih (*Net Benefit*) atau *individual impact* pada penggunaan platform *e-commerce* di Kota Medan.

1.4 Manfaat

Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memperluas teori *Information System Success Model* (ISSM) dengan menguji pengaruh kualitas integrasi (*Integration Quality*) pada penggunaan platform *e-commerce*.
2. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi tambahan pada kekayaan literatur tentang faktor-faktor keberhasilan penggunaan platform *e-commerce* dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Ruang Lingkup

Berikut adalah Batasan atau ruang lingkup dari penelitian ini:

1. Variabel Dependen: Intensitas Penggunaan (*Intention to Use*), Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*) dan Manfaat bagi (*Net Benefit*)
2. Variabel Independen: Kualitas Informasi (*Information Quality*), Kualitas System (*System Quality*), Kualitas Layanan (*Service Quality*), Kualitas Integrasi (*Integration Quality*),
3. Objek Penelitian: Platform *E-commerce*
4. Responden : Pengguna Platform *E-commerce* di kota Medan