BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet telah menjadi suatu kebutuhan dalam menjalankan bisnis *modern* (Turban, Leidner, McLean, Wetherbe, 2008). Jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, selama kurun waktu 11 tahun (2000-2011) pengguna internet di Indonesia meningkat dari 2.000.000 menjadi 55.000.000 pengguna dan Indonesia kini berada di urutan ke empat dari 10 besar peringkat pengguna internet terbanyak di Asia setelah China, India dan Jepang (internetworldstats.com, 2012). Hal ini membuktikan bahwa animo masyarakat akan penggunaan media internet sangatlah besar.

Electronic Commerce atau *e-commerce* menggambarkan proses dari pembelian, penjualan, pemindahan, pelayanan, atau penukaran produk, jasa, atau informasi melalui jaringan komputer melalui media internet (Turban, Leidner, McLean, Wetherbe, 2008). *E-commerce* menjadi sebuah media yang sangat membantu dalam upaya untuk meningkatan ekonomi pelaku usaha saat ini, terbukti dengan banyaknya layanan situs berbagai perusahaan di Indonesia yang mulai mengekspansi dunia internet untuk memperluas pangsa pasarnya, dimana transaksi dan penjualan tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu sehingga dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sesuai dengan kehendak konsumen.

Layaknya transaksi dan penjualan secara konvensional, transaksi bisnis melalui media internet tidak terhindar dari tindak kejahatan, berbagai potensi tindak kejahatan seperti penipuan, pencurian informasi pribadi pelanggan, pembajakan kartu kredit (*carding*), transfer dana ilegal, dan sejenisnya dapat terjadi apabila infrastruktur keamanan (*security*) sistem e-commerce masih lemah. Berbagai isu keamanan tersebut menjadi salah satu sorotan yang dapat menurunkan tingkat kepercayaan pengguna internet dalam bertransaksi *online*. Kepercayaan konsumen (*customer trust*) menjadi bagian penting yang menunjang transaksi elektronik melalui *e-commerce*, dimana dengan adanya kepercayaan konsumen (*customer trust*) besar kemungkinan transaksi elektronik dapat berjalan dengan baik, karena faktor kepercayaan (*trust*) adalah faktor kunci dari sekian banyak faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya transaksi elektronik melalui situs *e-commerce* sebagaimana penelitian yang telah dilakukan oleh Luhmann (1979), Kumar et al. (1995), Mayer et al. (1995), Fung dan Lee (1999), Menon et al. (1999), Stewart (1999), Gefen (2002), Koufaris dan Hampton-Sosa (2003).

Setelah melakukan studi literatur (Mayer et al. 1995) kepercayaan (*trust*) didasarkan pada beberapa dimensi, yaitu kemampuan (*ability*), kemurahan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Ketiga dimensi tersebut sangat berpengaruh terhadap faktor kepercayaan yang akan berkaitan erat dengan terjadi atau tidaknya transaksi elektronik melalui *e-commerce*.

Pada penelitian ini, penulis membangun kepercayaan pelanggan (*customer trust*) di dalam sistem *e-commerce* dengan menggunakan pendekatan *Three Dimension of Trust*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka secara umum permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana merancang sistem *e-commerce* dengan menggunakan pendekatan *Three Dimension of Trust*?
2. Bagaimana mengimplementasikan *Three Dimension of Trust* pada sistem *e-commerce* agar memiliki nilai *Customer Trust*?
3. Bagaimana mengukur nilai *Customer Trust* pada sistem *e-commerce* sebelum dan setelah dilakukan pendekatan *Three Dimension of Trust*?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian, ditentukan beberapa batasan masalah, yaitu sebagai berikut.

1. Studi penelitian dilakukan di edas-corp.com yang bergerak di bidang kebudayaan Sunda (pakaian, kerajinan tangan, produk kreatif, dan sebagainya).
2. Tipe *e-commerce* yang dipergunakan dalam membangun sistem adalah tipe B2C.
3. Sasaran pengguna sistem adalah penduduk di negara Indonesia.
4. Analisa statistik yang dipergunakan di dalam penelitian adalah Regresi Ganda Linier.
5. Nilai yang dihasilkan adalah persentase *customer trust* yang terbangun di dalam sistem.

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganailisis kebutuhan sistem berdasarkan *Three Dimension of Trust* yang disesuaikan dengan *Customer Relationship Management* (CRM).
2. Membangun sistem *e-commerce* dengan pendekatan *Three Dimension of Trust*.
3. Menilai *customer trust* di dalam sistem *e-commerce*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dengan adanya penelitian ini ialah:

1. Bagi Perusahaan yang bersangkutan

   Diharapkan dapat mengembangkan sistem *e-commerce* yang tepat dengan mempergunakan sistem ini sebagai *prototype* dasar sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen.
2. Bagi Peneliti

   Memotivasi untuk melakukan penelitian berikutnya, baik untuk permasalahan serupa maupun permasalahan lainnya dengan menggunakan pendekatan yang sama.
3. Bagi Peneliti Berikutnya dan Pembaca

   Diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan tambahan pengetahuan mengenai kepercayaan pelanggan (*customer trust*) terhadap

sistem *e-commerce* dan dapat dipergunakan untuk membangun sistem *e-commerce* lainnya agar memiliki nilai *trust*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi alasan dilakukannya penelitian, rumusan masalah yang akan diselesaikan, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan teori-teori yang digunakan di dalam penelitian, yaitu *e-business* dan *e-commerce*, kepercayaan pelanggan (*customer trust*), desain sistem *web*, perilaku pelanggan *online* (*online consumer behavior*).

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan langkah-langkah penyelesaian masalah yang terdiri dari penjelasan lebih detail mengenai masalah yang diteliti. Secara garis besar terdiri dari tahap pengumpulan data dan pengembangan perangkat lunak.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembangunan perangkat lunak, hasil penelitian dan pembahasan masalah-masalah yang sebelumnya telah dirumuskan pada bab pendahuluan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab yang berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilaksanakan dan saran-saran yang didasarkan pada hasil penelitian yang telah diperoleh.

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
PERPUSTAKAAN