

ABSTRAK

Di era serba internet inisudah banyak sekali proses atau kegiatan konvensional dibuatkan secara *online*, salah satunya proses jual-beli secara online. Tokopedia dan Bukalapak merupakan dua website e-commerce tipe C2C terbesar yang ada saat ini. Dengan proses daftar, pembelian dan penjualan yang hampir sama, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian, mencari perbedaan terhadap sistem informasi yang dimiliki Tokopedia dan Bukalapak serta mengukur tingkat kesuksesan sistem informasi website tersebut. Penulis memilih Tokopedia dan Bukalapak karena sama-sama bertipe C2C yaitu dimana hanya dengan melakukan daftar akun, pengguna tersebut bisa menjadi penjual dan pembeli. Sumber data dikumpulkan dengan melakukan survei kuesioner. Pernyataan-pernyataan dibuat berdasarkan dimensi yang dimiliki *Delone & McLean Information System Success Model*. Teknik analisis yang dipakai penulis adalah *Corrected Item-Total Correlations* untuk menguji validitas dan reliabilitas angket serta analisis sikap responden dengan mengukur skor sikap responden setiap dimensinya kemudian membandingkan tiap dimensi pada sistem Tokopedia dan Bukalapak. Setelah dilakukan pengamatan dan penelitian, terdapat beberapa perbedaan fitur yang dimiliki Tokopedia dan Bukalapak. Hasil kuesioner menyimpulkan bahwa lebih banyak responden yang pernah berbelanja di Tokopedia daripada Bukalapak, tetapi jumlah pengunjung tidak menjamin baiknya suatu sistem informasi yang dimiliki website. Penulis juga menyimpulkan berdasarkan hasil pengukuran frekuensi, kualitas sistem informasi yang dimiliki Tokopedia dan Bukalapak sudah cukup baik.

Kata kunci: Bukalapak, C2C, *Delone & McLean*, *E-Commerce*, Tokopedia.

ABSTRACT

In this era of internet everything is a lot of conventional processes or activities made online, one of the process of buying and selling online. Tokopedia and Bukalapak are two of the largest C2C e-commerce websites available today. With the same list, purchase and sale process, the authors decided to conduct research, find differences in information systems owned by Tokopedia and Bukalapak and measure the success rate of the website's information system. The authors chose Tokopedia and Bukalapak because both are C2C type which is where only by doing list of accounts, the user can be a seller and buyer. Sources of data were collected by conducting a questionnaire survey. The statements are based on the dimensions of the Delone & McLean Information System Success Model. Analytical technique used by the writer is Corrected Item-Total Correlations to test the validity and reliability of questionnaire and respondent attitude analysis by measuring respondent's score of each dimension then compare each dimension on Tokopedia and Bukalapak system. After observation and research, there are some differences in features owned Tokopedia and Bukalapak. The result of the questionnaire concludes that more respondents have ever visited in Tokopedia than Bukalapak, but the number of visitors does not guarantee a good information system owned by the website. The author also concluded based on frequency measurement results, the quality of information systems owned Tokopedia and Bukalapak is good enough..

Keywords: Bukalapak, C2C, Delone & McLean, E-Commerce, Tokopedia



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN.....	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iii
PRAKATA.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR NOTASI/ LAMBANG.....	xiv
DAFTAR SINGKATAN	xv
DAFTAR ISTILAH	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Pembahasan	2
1.4 Ruang Lingkup.....	2
1.5 Sumber Data.....	3
1.6 Sistematika Penyajian	3
BAB 2 KAJIAN TEORI	4
2.1 Pengertian Website E-Commerce	4
2.1.1 Pengertian C2C	4
2.1.2 Pengertian B2B	5
2.1.3 Pengertian C2B	5

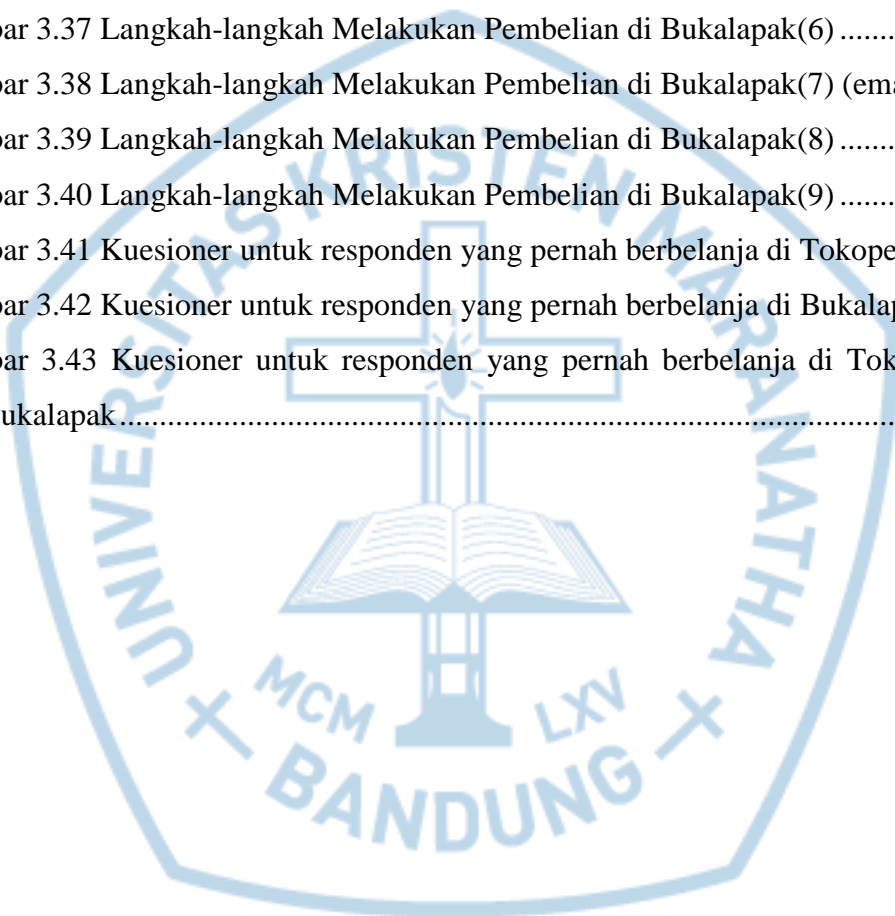
2.1.4 Pengertian B2C	5
2.2 Pengertian Information System Success Model.....	5
2.2.1 Mengukur Kualitas Informasi	6
2.2.2 Mengukur Kualitas Sistem.....	7
2.2.3 Mengukur Kualitas Pelayanan	7
2.2.4 Mengukur Kepuasan Pengguna.....	7
2.3 Pengertian Instrumen Penelitian	7
2.4 Pengertian Penelitian Survei	7
2.5 Pengertian Angket.....	8
2.6 Pengertian Skala Likert.....	8
2.7 Pengertian SPSS(<i>Statistical Product and Service Solutions</i>).....	9
2.8 Pengertian Uji Validitas dan Reliabilitas Intrumen	9
BAB 3 ANALISIS DAN RANCANGAN SISTEM.....	11
3.1 Analisis.....	11
3.1.1 Tokopedia.....	11
3.1.1.1 Proses Daftar Akun di Tokopedia.....	11
3.1.1.2 Proses Penjualan di Tokopedia	14
3.1.1.3 Proses Pembelian di Tokopedia	21
3.1.2 Bukalapak.....	31
3.1.2.1 Proses Daftar Akun di Bukalapak.....	32
3.1.2.2 Proses Penjualan di Bukalapak	34
3.1.2.3 Proses Pembelian di Bukalapak	40
3.1.3 Tokopedia vs Bukalapak.....	48
3.2 Rancangan	49
3.2.1 Aspek yang Relevan.....	49
3.2.2 Pernyataan untuk Survei Kuesioner	50

3.2.3 Bentuk Kuesioner.....	51
BAB 4 HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Metode Analisis	56
4.2 Analisis Profil Responden.....	56
4.3 Analisis Sikap Responden.....	57
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Tokopedia.....	60
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Bukalapak.....	64
4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Tokopedia dan Bukalapak.....	65
4.7 Pembahasan.....	66
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN A PROSES DAFTAR AKUN PADA TOKOPEDIA.....	A-1
LAMPIRAN B PROSES PENJUALAN PADA TOKOPEDIA.....	B-1
LAMPIRAN C PROSES PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA.....	C-1
LAMPIRAN D PROSES DAFTAR AKUN PADA BUKALAPAK	D-2
LAMPIRAN E PROSES PENJUALAN PADA BUKALAPAK	E-3
LAMPIRAN F PROSES PEMBELIAN PADA BUKALAPAK	F-4
LAMPIRAN G HASIL KUESIONER TOKOPEDIA.....	G-5
LAMPIRAN H HASIL KUESIONER BUKALAPAK.....	H-10
LAMPIRAN I HASIL KUESIONER TOKOPEDIA DAN BUKALAPAK.....	I-12
RIWAYAT HIDUP PENULIS	J-13

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Delone and McLean Information System Success Model yang Telah Diperbaharui.....	6
Gambar 3.1 Proses Daftar Akun pada Tokopedia(1)	12
Gambar 3.2 Proses Daftar Akun pada Tokopedia(2)	13
Gambar 3.3 Proses Daftar Akun pada Tokopedia(3)	13
Gambar 3.4 Langkah-langkah membuka Toko(1)	14
Gambar 3.5 Langkah-langkah membuka Toko(2)	15
Gambar 3.6 Langkah-langkah membuka Toko(3)	16
Gambar 3.7 Langkah-langkah membuka Toko(4)	17
Gambar 3.8 Langkah-langkah membuka Toko(5)	18
Gambar 3.9 Langkah-langkah membuka Toko(6)	19
Gambar 3.10 Langkah-langkah membuka Toko(7)	20
Gambar 3.11 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Tokopedia(1)	21
Gambar 3.12 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Tokopedia(2)	22
Gambar 3.13 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Tokopedia(3)	23
Gambar 3.14 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Tokopedia(4)	24
Gambar 3.15 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Tokopedia(5)	25
Gambar 3.16 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Tokopedia(6)	26
Gambar 3.17 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Tokopedia(6) (email). 27	
Gambar 3.18 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Tokopedia(7)	28
Gambar 3.19 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Tokopedia(8)	28
Gambar 3.20 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Tokopedia(9)	29
Gambar 3.21 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Tokopedia(10)	30
Gambar 3.22 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Tokopedia(11)	31
Gambar 3.23 Proses Daftar Akun pada Bukalapak(1)	32
Gambar 3.24 Proses Daftar Akun pada Bukalapak(2)	33
Gambar 3.25 Proses Daftar Akun pada Bukalapak(3)	34
Gambar 3.26 Langkah-langkah menjadi Pelapak(1).....	35
Gambar 3.27 Langkah-langkah menjadi Pelapak(2).....	36
Gambar 3.28 Langkah-langkah menjadi Pelapak(3).....	37







Gambar 3.29 Langkah-langkah menjadi Pelapak(4).....	38
Gambar 3.30 Langkah-langkah menjadi Pelapak(5).....	39
Gambar 3.31 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Bukalapak(1)	40
Gambar 3.32 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Bukalapak(2)	41
Gambar 3.33 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Bukalapak(3)	42
Gambar 3.34 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Bukalapak(4)	43
Gambar 3.35 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Bukalapak(5)	44
Gambar 3.36 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Bukalapak(5) (email). 45	
Gambar 3.37 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Bukalapak(6)	46
Gambar 3.38 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Bukalapak(7) (email). 46	
Gambar 3.39 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Bukalapak(8)	47
Gambar 3.40 Langkah-langkah Melakukan Pembelian di Bukalapak(9)	48
Gambar 3.41 Kuesioner untuk responden yang pernah berbelanja di Tokopedia 52	
Gambar 3.42 Kuesioner untuk responden yang pernah berbelanja di Bukalapak 53	
Gambar 3.43 Kuesioner untuk responden yang pernah berbelanja di Tokopedia dan Bukalapak.....	54



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Bobot Penilaian Kuesioner.....	8
Tabel 4.1 Jumlah Responden	56
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Umur	57
Tabel 4.5 Daftar pernyataan untuk Responden yang pernah belanja di Tokopedia	58
Tabel 4.6 Sikap Responden terhadap sistem Tokopedia.....	58
Tabel 4.7 Daftar pernyataan untuk Responden yang pernah Belanja di Bukalapak	58
Tabel 4.8 Sikap Responden terhadap sistem Bukalapak.....	59
Tabel 4.9 Daftar pernyataan untuk Responden yang pernah Belanja di Tokopedia dan Bukalapak.....	59
Tabel 4.10 Sikap responden terhadap sistem Tokopedia dan Bukalapak	60
Tabel 4.11 Hasil uji validitas instrumen Tokopedia	61
Tabel 4.12 Hasil uji reliabilitas(1)	62
Tabel 4.13 Hasil uji reliabilitas(2)	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas dengan Metode Korelasi-Pearson	63
Tabel 4.15 Hasil uji validitas instrumen Bukalapak	64
Tabel 4.16 Hasil uji reliabilitas instrument Bukalapak(1)	64
Tabel 4.17 Hasil uji reliabilitas instrumen Bukalapak(2)	65
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Pernyataan tentang Tokopedia dan Bukalapak ...	65
Tabel 4.19 Hasil uji reliabilitas instrumen Tokopedia dan Bukalapak(1)	66
Tabel 4.20 Hasil uji reliabilitas instrument Tokopedia dan Bukalapak(2)	66
Tabel 5.1 Perbandingan Sikap Setuju per-Jenis Kelamin	68

DAFTAR NOTASI/ LAMBANG

Jenis	Notasi/ Lambang	Nama	Arti
BPMN 2.0		Start Events	Simbol yang menyatakan mulainya sebuah proses.
BPMN 2.0		Task	Simbol yang menyatakan sebuah aktivitas dalam sebuah proses.
BPMN 2.0		Gateway	Sebuah simbol eksklusif yang memiliki dua atau lebih urutan yang mengalir keluar, dan sebagai konvergensi yang digunakan untuk menggabungkan jalan alternatif.
BPMN 2.0		Parallel Gateway	Sebuah symbol yang digunakan untuk mensinkronisasikan lebih dari satu aliran arus menjadi satu arus.
BPMN 2.0		Inclusive Gateway	Simbol yang menyatakan sebuah arus akan dilanjutkan ketika salah satu aktifitas sebelumnya telah dilakukan.
BPMN 2.0		End Events	Simbol yang menyatakan berakhirnya sebuah proses.

Referensi:

Notasi/ Lambang BPMN 2.0 dari Resources Bizagi.

DAFTAR SINGKATAN

B2B	Business-to-Business
B2C	Business-to-Customer
C2B	Customer-to-Business
C2C	Customer-to-Customer
EDI	Electronic Data Interchange
IS	Information System
E-Commerce	Electronic Commerce



DAFTAR ISTILAH

Website	Sebuah portal yang menyediakan informasi.
E-Commerce	Suatu sistem perdagangan elektronik
Search engine	Mesin pencari dalam browser.
Escrow	Sistem rekening bersama.
Retur	Sistem pengembalian barang.

