

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya teknologi dan internet, maka muncullah berbagai macam *website*. “*Website* adalah sebuah portal informasi yang disediakan melalui jalur internet. *Website* bisa diakses oleh seluruh dunia. *Website* sendiri terdiri dari beberapa komponen seperti teks, suara, gambar, animasi sehingga *website* tersebut menarik untuk dikunjungi.” [1, p. 232] Salah satunya situs web yang akan penulis bahas adalah *website E-Commerce* atau perdagangan elektronik.

Salah satu dari sekian banyak alasan orang menggunakan *website E-Commerce* adalah karena kemudahannya menjadi penjual dan pembeli. Manfaat yang ditawarkan oleh *website E-Commerce* sendiri yaitu mengurangi biaya operasional, jangkauan pasar yang cukup luas, mengurangi penggunaan ruang toko (secara fisik) juga sumber daya manusia, waktu kerja yang fleksibel yaitu 24 jam sehari, kemudahan dalam mencari barang yang diinginkan.

*E-Commerce* atau perdagangan elektronik memiliki beberapa tipe yaitu B2B(*Business-to-Business*), B2C(*Business-to-Customer*), C2B(*Customer-to-Business*), C2C(*Customer-to-Customer*). Tipe *E-Commerce* yang akan penulis bahas dalam laporan ini adalah tipe C2C(*Customer-to-Customer*). C2C adalah tipe *E-Commerce* yang memungkinkan pembeli dan penjual dapat berinteraksi secara langsung. Contoh *website E-Commerce* tipe C2C yang akan dibahas dalam laporan ini adalah Tokopedia dan Bukalapak.

Tokopedia resmi berdiri sejak tahun 2009. “Tokopedia merupakan pasar / mal online terbesar di Indonesia yang memungkinkan individu maupun pemilik usaha di Indonesia untuk membuka dan mengelola toko *online* mereka secara mudah dan gratis, sekaligus memberikan pengalaman berbelanja online yang lebih aman dan nyaman.” [2]

Bukalapak mulai dirintis sejak tahun 2010. “Bukalapak merupakan salah satu *online marketplace* terkemuka di Indonesia. Seperti halnya situs layanan jual-beli menyediakan sarana jual-beli dari konsumen ke konsumen. Siapa pun dapat

membuka toko online di Bukalapak dan melayani pembeli dari seluruh Indonesia untuk transaksi satuan maupun banyak.” [3]

Laporan ini akan membahas dan mengukur serta membandingkan dimensi-dimensi dimiliki masing-masing *E-Commerce* dari sudut pandang *customer* atau pengguna menggunakan dimensi yang dimiliki *Delone and McLean Information System Success Model*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penulisan latar belakang diatas, berikut rumusan masalah yang dapat penulis uraikan :

1. Bagaimana membedakan sistem yang dimiliki Tokopedia dan Bukalapak?
2. Bagaimana mengukur tingkat kesuksesan sistem informasi C2C yang dimiliki Tokopedia dan Bukalapak?

## 1.3 Tujuan Pembahasan

Dengan adanya masalah yang ditemukan seperti yang dirumuskan pada rumusan masalah dalam pembahasan ini adalah :

1. Menganalisis masing-masing sistem informasi dan proses C2C yang dimiliki Tokopedia dan Bukalapak.
2. Menggunakan survei kuesioner dan mengukur sikap responden dimensi-dimensi yang dimiliki *Delone and McLean Information System Success Model*.

## 1.4 Ruang Lingkup

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dibuat ruang lingkup dari laporan seminar tugas akhir penulis :

1. Mendaftarkan penulis sebagai *Customer* pada website *E-Commerce* Tokopedia dan Bukalapak.
2. Melakukan survei kuesioner kepada *Customer* pada website *E-Commerce* Tokopedia dan Bukalapak.
3. Mengamati sistem daftar akun, pembelian, dan penjualan Tokopedia dan Bukalapak per-tanggal 1 September 2017.

### **1.5 Sumber Data**

Dalam penulisan laporan tugas akhir ini, penulis menggunakan sumber data primer. Penulis mendapatkan data dari hasil survei kuesioner yang akan diberikan kepada calon responden secara acak dan mengukur tingkat kesuksesan sistem informasi yang dimiliki Tokopedia dan Bukalapak.

### **1.6 Sistematika Penyajian**

Dalam penyusunan laporan ini, terdapat sistematika penyajian laporan sebagai berikut:

#### **BAB 1. PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan pembahasan, ruang lingkup, sumber data dan sistematika penyajian laporan.

#### **BAB 2. KAJIAN TEORI**

Bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan penulis dalam membuat laporan.

#### **BAB 3. ANALISIS DAN RANCANGAN SISTEM**

Bab ini berisi tentang analisis dan konsep rancangan survei kuesioner sebelum penulis menyebarkan survei tersebut serta aspek yang relevan dan bentuk kuesioner.

#### **BAB 4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang penulis pakai, hasil analisis profil responden, hasil kuesioner, hasil uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian, dan hasil analisis frekuensi kuesioner.

#### **BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulis dari hasil analisis yang telah dilakukan.