



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

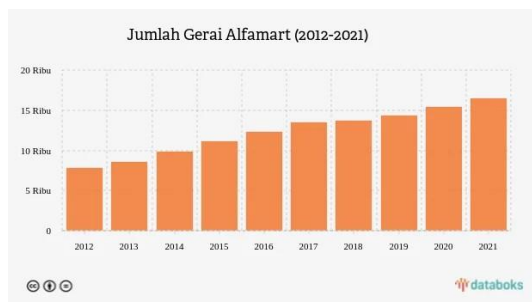
Kemajuan teknis saat ini masih berkembang di semua domain membuat masyarakat cenderung beralih ke hal – hal yang cenderung membuat hidup lebih praktis seperti berbelanja *online* menggunakan sebuah *smartphone* atau yang disebut dengan *e-commerce* (*electronic commerce*) karena masyarakat tidak perlu datang ke tempat berbelanja untuk membeli sesuatu yang diinginkan dan hanya melalui sebuah *smartphone*. Menurut Laudon, yang disebut *e-commerce* adalah melakukan transaksi bisnis dengan cara digital antara perusahaan dan individu dengan menggunakan bantuan internet, web, dan aplikasi. Sedangkan menurut Turban, *e-commerce* adalah kegiatan membeli, menjual, mengangkut, atau memperdagangkan data, barang atau jasa melalui internet (Hendarsyah, 2019). Secara singkat *e-commerce* adalah transaksi jual beli tanpa terjadi tatap muka, namun hanya melalui media online dan *smartphone*. Menurut Vaithianathan, menegaskan bahwa *e-commerce* mencakup lebih dari sekedar jual beli, hal ini juga mencakup sejumlah elemen dari rantai nilai bisnis, Termasuk keamanan pelanggan, layanan transaksi, sistem penagihan dan pembayaran, serta periklanan. Akibatnya, *e-commerce* tidak bisa dianggap sebagai metode pembayaran yang menggabungkan beberapa fungsi digital (Pradana, 2015).

Meningkatnya dalam minat berbelanja secara *online* mengakibatkan beberapa perusahaan yang awalnya hanya memiliki toko *offline* pun ikut memberikan fasilitas *online* untuk memanjakan konsumennya sekaligus agar bisa bertahan di tengah perkembangan zaman yang semakin canggih. Salah satu jaringan minimarket terbesar



di Indonesia yaitu, Alfamart menghadirkan platform jual beli dan pemesanan online bernama Alfagift, yaitu aplikasi software digital yang menjual berbagai macam barang. (S.A. Trijaya, 2022).

Alfagift merupakan salah satu inisiatif Alfamart untuk menyesuaikan diri dengan aktivitas komersial yang mulai beralih ke digital, menurut Anggara Hans Prawira, Presiden dan Direktur PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Mutahhari, 2019). Aplikasi Alfagift memiliki 8,5 juta unduhan pada April 2021 (Ibrahim, 2021). Karena Alfagift memiliki katalog promosi yang diperbarui setiap musim promosi, kita dapat menggunakannya tidak hanya untuk berbelanja *online* tetapi juga untuk melihat semua penawaran spesial yang tersedia. Alfagift akan berfungsi sebagai *platform* yang menghubungkan pelanggan yang membutuhkan kecepatan dengan lokasi Alfamart mana pun. Pada kuartal ketiga tahun 2020, secara keseluruhan terdapat 17.129 gerai Alfamart, menurut Tomin Widia, Direktur dan Sekretaris Perusahaan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Secara khusus, 32% gerai berlokasi di Jabodetabek, 37% berlokasi di wilayah non-Jabodetabek di Pulau Jawa, dan 31% berlokasi di luar Pulau Jawa (Fitri, 2020). Pada gambar 1.1 adalah jumlah gerai alfamart yang tersebar diseluruh Indonesia.



Gambar 1. 1 Jumlah Gerai Alfamart (Reza Pahlevi, 2022)



Sektor perekonomian sangat terdampak akibat wabah COVID-19. Meskipun demikian, pandemi ini berhasil memaksa sejumlah besar pelanggan untuk menggunakan layanan internet dan mengembangkan kebiasaan berbelanja baru. Dengan menjalankan bisnis mereka secara *online*, banyak pelaku bisnis juga membawa perubahan selain pelanggan. Meskipun demikian, sejumlah besar bisnis beroperasi secara *hybrid*, menggunakan metode tradisional dan internet. Alfagift, omnichannel dari Alfamart, juga mengalami perubahan akibat pandemi COVID-19. Akibat kejadian ini, Alfagift melakukan beberapa perubahan untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian di Alfamart. Selain itu, Alfagift mendorong pengguna kartu fisik (konvensional) untuk menggunakan aplikasi Alfagift untuk mengkonversi ke kartu digital. Selain itu, Alfamart menawarkan sejumlah diskon dan promosi eksklusif kepada pelanggan yang beralih ke aplikasi Alfagift. Selain itu, toko *offline* Alfamart menawarkan aplikasi Alfagift kepada klien untuk berbelanja berbagai produk dengan harga diskon. Selain itu, Alfagift menawarkan pengalaman berbelanja yang sangat sederhana dan efektif kepada konsumennya. Upaya lain yang dilakukan oleh Alfamart untuk memanjakan para pelanggan tak hanya sebatas itu saja. Dalam aplikasi Alfagift terdapat beberapa fitur yang turut dikembangkan oleh Alfamart yakni yang pertama, *Official store*, fitur ini sengaja dirancang secara khusus untuk brand yang ingin menjual produk mereka secara langsung di aplikasi Alfagift.

Fitur kedua adalah *E-Receipt*, yang diciptakan khusus untuk mengurangi penggunaan kertas dan mendorong gerakan ramah lingkungan. Pelanggan yang mengaktifkan mode *e-receipt* di aplikasi Alfagift akan menerima *e-receipt* dari Alfamart berkat fitur ini.

Fitur ketiga, *Cash on Delivery*, layanan ini sengaja dibuat untuk memudahkan transaksi bagi pelanggan yang ingin menggunakan sistem pembayaran langsung setelah barang dikirim.

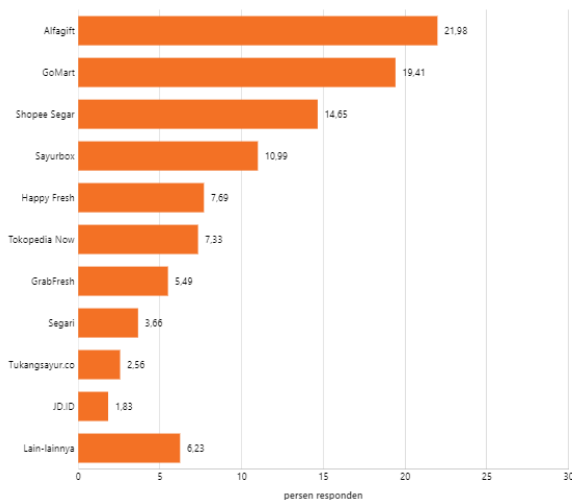


Fitur Keempat, Alfacart menawarkan layanan bernama *Fast Delivery* yang menjamin barang yang dipesan akan sampai ke rumah pelanggan dalam waktu kurang dari satu jam. Pelanggan tidak perlu lagi mengunjungi toko untuk membeli berbagai macam barang, sehingga layanan ini hadir untuk memudahkan mereka berbelanja.

Fitur Kelima, sejumlah opsi pembayaran sederhana dan aman ditawarkan oleh fungsi ini. Konsumen memiliki pilihan untuk membayar dengan *e-wallet*, *cash on delivery*, atau *transfer bank*.

Terakhir, Alfacart menawarkan fitur yang memudahkan pelanggan menemukan toko terdekat berdasarkan kebutuhannya. Misalnya, pelanggan mencari toko yang memiliki toilet atau ATM, atau ingin mengetahui jam operasionalnya.

Pada gambar 1.2 adalah hasil survey belanja online untuk kebutuhan rumah tangga yang dilakukan oleh Jakpat, pada tahun 2023.



Gambar 1. 2 Hasil Survey Jakpat (Jakmin, 2023)



Berdasarkan hasil *survey* Jakpat 2023, dari 2.000 responden secara nasional, hanya 13,65% yang biasa menggunakan layanan *e-commerce* atau berbelanja online kebutuhan bulanan rumah tangga. Sebagian besar sering menggunakan aplikasi Alfagift untuk berbelanja sebulan sekali (21,98%). Setelah itu, GoMart menjadi aplikasi yang dipilih mayoritas responden untuk belanja online bulanan (19,41%). Shopee Segar (14,65%), Sayurbox (10,99%), Happy Fresh (7,69%), dan beberapa aplikasi lainnya juga digunakan oleh individu yang berbelanja setiap bulan, seperti yang digambarkan grafik. Namun jika dilihat dari besaran rating 50 orang terbaru di *playstore* yang mengulas tentang kualitas aplikasi memperoleh rata – rata rating 2,2. Hal ini berarti meskipun aplikasi Alfagift menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan untuk berbelanja kebutuhan untuk rumah tangga secara *online*, tapi banyak juga pengguna alfagift yang memberikan nilai rendah untuk performa aplikasi tersebut.

Pada tabel 1.1 terdapat rata-rata rating ulasan mengenai aplikasi Alfagift di *playstore*.

Tabel 1. 1 Rating Terbaru Ulasan di Playstore

Rating	Jumlah Pengguna
1	23
2	9
3	10
4	1
5	7
Rata - Rata	2,2

Kutipan Keluhan Pengguna Aplikasi Alfagift Pada *Playstore* dapat dilihat pada gambar 1.3 berikut.



Gambar 1. 3 Keluhan Pengguna Alfagift di Playstore

Berdasarkan keluhan pelanggan, hal ini sering kali menimbulkan masalah pada keakuratan, kualitas, dan sistem informasi, sehingga menyulitkan pengguna untuk mengakses program Alfagift dan mencegah mereka memperoleh manfaat penuh dari penggunaannya. Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ekaputri yang menemukan bahwa pengguna mengalami kesulitan untuk login dan menukarkan kupon belanja saat menggunakan aplikasi Alfagift (Ekaputri 2020).

Pengetahuan dan kelebihan yang diperoleh dari pengguna sistem dapat digunakan untuk menentukan keberhasilan suatu sistem informasi. Menurut Goodhue, efektivitas sistem informasi suatu organisasi bergantung pada bagaimana sistem tersebut digunakan, seberapa sederhana penggunaannya, dan bagaimana teknologi diterapkan untuk membantu penyelesaian tugas.



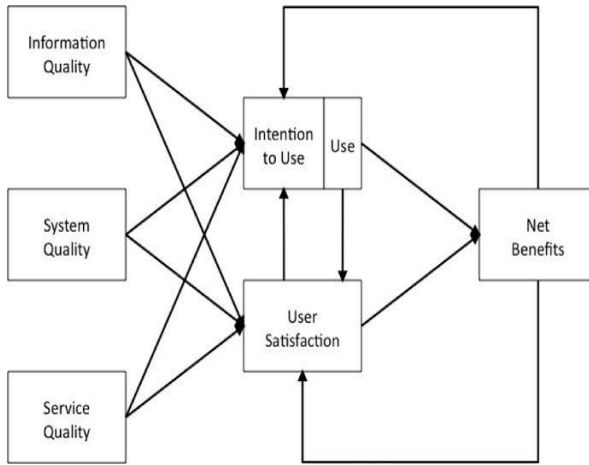
Selama beberapa dekade terakhir, banyak penelitian telah dilakukan untuk memahami aspek-aspek yang mempengaruhi efektivitas sistem informasi dan menetapkan standar untuk melakukannya. Salah satu model keberhasilan sistem informasi yang awalnya dikenal oleh *DeLone* dan *McLean* adalah Model Keberhasilan Informasi D&M. Model keberhasilan sistem informasi *DeLone* dan *McLean* menyatakan bahwa kinerja e-commerce dapat diukur berdasarkan kepuasan klien (DeLone & McLean, 1992).

Sebaliknya, penerimaan pengguna merupakan komponen penting yang mempengaruhi seberapa baik suatu sistem diimplementasikan karena hal ini selalu terkait dengan seberapa baik pengguna dapat menerima dan memahami sistem. Oleh karena itu, permasalahan yang sama yang mempengaruhi penerimaan pengguna juga mempengaruhi seberapa baik implementasi berjalan. Menurut Davis, diterima atau ditolaknya suatu sistem bergantung pada dua faktor, yaitu persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan dan keunggulan sistem (Selpiana, 2016).

Ketergantungan enam indikator keberhasilan sistem informasi ditunjukkan pada model *DeLone* dan *McLean*. Kualitas sistem, kualitas informasi, penggunaan, kepuasan pengguna, dampak individu, dan dampak organisasi, merupakan enam faktor pengukuran yang diperoleh dari pendekatan ini. Meskipun demikian, metodologi ini mengevaluasi keenam aspek pengukuran keberhasilan secara kolektif dan bukan secara terpisah. *DeLone* dan *McLean* diubah sebagai hasilnya (DeLone & McLean, 2003). Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Penggunaan, Kepuasan Pengguna, dan Manfaat Bersih merupakan enam variabel yang membentuk model revisi ini.

Delone dan *McLean* mengembangkan model untuk memastikan keberhasilan sistem informasi. Dua kontribusi signifikan terhadap pemahaman efektif sistem informasi dibentuk oleh konsep ini. Untuk mengukur keberhasilan, pertama, menyediakan metode pengklasifikasian sistem

informasi yang telah diterapkan dalam studi literatur. Enam kategori, Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Penggunaan Sistem, Kepuasan Pengguna, dan Manfaat Bersih, serta pengaruh timbal baliknya dapat dijelaskan oleh model berikut. (Nesdi,2024).



Gambar 1. 4 Success Model Delone dan McLean 2003

Beberapa penelitian sebelumnya sudah menggunakan model *DeLone & McLean* untuk mengukur keberhasilan suatu sistem informasi seperti pada penelitian (Groho et al., 2014) menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan tidak terpengaruh oleh kualitas sistem, Namun, persepsi kegunaan sangat terpengaruh. Kualitas informasi memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan dan keuntungan yang dilaporkan. Meskipun persepsi kemudahan penggunaan tidak terpengaruh oleh kualitas layanan, namun keuntungan yang dirasakan terpengaruh. Manfaat yang dirasakan secara signifikan dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan yang dirasakan. Sementara manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pengguna, manfaat bersih sangat terkena dampaknya oleh kepuasan pengguna.



Berdasarkan uraian di atas, peneliti meneliti aplikasi Alfagift karena sudah diteliti di Jabodetabek, namun peneliti ingin menyelidikinya di Kuta Bali. Dengan menggunakan model *Delone* dan *McLean*, peneliti mencoba mengukur kepuasan pengguna Alfagift terhadap aplikasi di Kecamatan Kuta, Bali. Mengetahui aplikasi mana yang digunakan dapat memberikan efek positif yang besar bagi pelanggan dan bisnis. Dapat juga dijadikan sebagai informasi kebijakan perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja aplikasi sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu cara untuk bersaing dengan bisnis lainnya. Oleh karena itu, kajian “Penerapan Model Delone dan McLean Untuk Mengukur Kesuksesan Aplikasi Alfagift Pada Pengguna di Kecamatan Kuta Badung Bali”. Pendekatan *Structural Equation Modeling (SEM)* diterapkan pada model pengujian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, dapat diidentifikasi permasalahan yang akan dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Bagaimana tingkat Kesuksesan dan penerimaan pengguna Alfagift terhadap kepuasan pengguna aplikasi Alfagift di kecamatan kuta badung bali ?
- 2) Aspek apa saja yang mempengaruhi loyalitas pengguna di Kecamatan Kuta, Badung, Bali, yang mempengaruhi keberhasilan aplikasi Alfagift?

1.3 Batasan Masalah

Peneliti memberikan batasan-batasan berikut ini agar berhasil mencapai tujuan penelitian :

- 1) Penelitian ini berfokus pada analisis kesuksesan penggunaan Alfagift dengan metode penelitian Model *Delone* dan *McLean* dengan *variable information quality*,



system quality, service quality, user satisfaction, dan net benefit.

- 2) Melalui pemanfaatan *Google Forms*, penelitian ini menyebarkan survei (kuesioner) kepada pengguna aplikasi Alfagift secara tidak langsung (*online*) guna pengumpulan data dengan menggunakan metodologi kuantitatif.
- 3) Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria orang yang pernah menggunakan aplikasi Alfagift dan berdomisili di Kuta Badung, Bali.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui status kesuksesan penggunaan aplikasi Alfagift dari sisi pengguna.
- 2) Menyadari unsur-unsur yang mempengaruhi keberhasilan aplikasi Alfagift.

1.5 Manfaat Penelitian

Bagian ini menguraikan pihak mana yang akan diuntungkan dan manfaat apa saja yang akan diterima masing-masing pihak berdasarkan hasil keluaran yang dihasilkan. Manfaat-manfaat ini meliputi :

- 1) Dosen

Luaran dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan keputusan audit sistem informasi akademik.

- 2) Staf TU

Memudahkan dalam mengelola data akademik.

- 3) Peneliti



Keberhasilan sistem informasi dapat lebih dipahami oleh para peneliti dengan menerapkan pengetahuan yang telah mereka pelajari dalam praktik.

4) Unipdu

Penelitian ini akan memperkaya pustaka penelitian universitas yang dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk penelitian sejenis di masa mendatang.

5) Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dievaluasi dan diperhitungkan sekaligus menciptakan sistem yang lebih baik.

1.6 Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahap. Setiap tahap menggunakan teknik-teknik berikut:

1) Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.

b. Studi Pustaka

Setelah pemilihan topik penelitian, penulis melakukan penelitian yang berkaitan dengan teori yang dibahas. Praktek mencari sumber daya untuk mengatasi permasalahan kontemporer dalam buku, jurnal, dan bahan informasi lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang dibahas dikenal dengan istilah studi literatur.

c. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis terhadap responden untuk dijawabnya.



2) Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan penulis adalah menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner online melalui media sosial dan *Google Forms*, menggunakan skala Likert 5 poin. *Model Delone* dan *McLean* (2003) menjadi dasar dengan variabel Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Kepuasan Pengguna, dan Manfaat Bersih, serta ditambah dengan *variable perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Sampel diambil secara *purposive sampling* dari pengguna Alifgift di wilayah kecamatan Kuta, Badung, Bali. PLS-SEM dengan SmartPLS versi 3.2.9 digunakan untuk mengevaluasi data kuesioner guna mengukur elemen yang mempengaruhi keunggulan aplikasi dan kepuasan pengguna.

1.7 Sistematika Penulisan

Metode penulisan tugas akhir ini mengikuti struktur berikut dan disusun sebagai suatu kajian ilmiah.:

BAB 1 PENDAHULUAN

Latar belakang masalah yang memotivasi perlunya penelitian, identifikasi masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan sasaran penelitian, keuntungan penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan semuanya dibahas dalam bab ini.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini memberikan kerangka teoritis yang menjelaskan Penelitian Terdahulu mengenai analisis kesuksesan sistem informasi dengan menggunakan metode Delone dan McLean. Survei literatur tentang definisi sistem informasi dan metodologi penelitian yang digunakan juga dapat ditemukan di Dasar Teori.



BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Teknik pengumpulan data, seperti penelitian kepustakaan dan studi lapangan (observasi, wawancara, dan kuesioner), teknik analisis data, dan teori penelitian semuanya dibahas dalam bab ini.

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini mencakup temuan dan diskusi studi penulis, termasuk analisis data menggunakan perangkat lunak SmartPLS2, analisis deskriptif, dan uji validitas.

BAB 5 PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti untuk pengembangan sistem informasi akademik dimasa yang akan datang .

DAFTAR PUSTAKA

Daftar rujukan yang digunakan dalam penelitian disertakan dalam daftar pustaka.