

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini banyak orang yang menggunakan komputer dan internet untuk berbelanja. Aneka informasi yang diperoleh telah mengubah cara mereka bertransaksi berbagai macam barang atau jasa. Internet merupakan media untuk berkomunikasi antara perusahaan dengan konsumen. Hampir tiap website meminta identitas pribadi seperti nama pelanggan, alamat e-mail, nomor telepon, atau alamat surat. Ada beberapa alasan kenapa konsumen lebih memilih belanja online, seperti waktu, ketersediaan barang di pasaran dan harga yang murah.

Pengguna atau konsumen sadar bahwa penjual berusaha menjejaki data seperti produk yang dibeli, metode pembayaran yang digunakan, nomer kartu kredit, pilihan produk dan sejarah transaksi dikumpulkan, disimpan dan dianalisis oleh sistem e-bisnis, kemudian digunakan untuk mengevaluasi perilaku pembelian. Pada saat yang bersamaan juga sudah banyak terdapat penolakan oleh pengguna internet untuk melakukan transaksi business to consumer melalui situs, terutama karena masalah privasi dan kepercayaan pada internet (**Wang et al., 1998**).

Pada kenyataannya, kebanyakan individu membeli melalui internet dikarenakan masalah kepercayaan. Hasil penelitian **Fox (2000)**, sekitar 86% pengguna internet merasa takut bahwa orang lain atau perusahaan yang tidak

diketahui akan mendapat informasi tentang mereka dari internet. 70% merasa takut dengan banyaknya hackers yang bisa mengakses nomor kartu kredit mereka, dan 60% takut jika orang lain akan membuka informasi pribadi tentang mereka disebabkan karena sesuatu yang dilakukan oleh mereka secara online. Keamanan sering dianggap sebagai hambatan utama dalam merealisasikan potensi komersil situs. Ancaman sering ditemukan seperti pencurian data, korupsi data dan virus komputer. Faktor penting lainnya adalah pengalaman menggunakan Internet. Menurut Hoffman (1999), pengalaman menggunakan Internet merupakan pertimbangan penting dalam melakukan pembelian secara online.

(**Ghassani, 2019**), menyatakan bahwa niat bertransaksi menggunakan sistem e commerce adalah ukuran tingkat kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu dalam hal ini adalah bertransaksi, niat untuk bertransaksi ditentukan bersama-sama oleh attitude dan norma sosial.

(**Irawan & Affan, 2020**), mengungkapkan bahwa privasi adalah hak asasi manusia tentang kapan, bagaimana, dan sejauh mana informasi pribadi dapat dikomunikasikan kepada orang lain.

(**Farina, 2016**), menyatakan bahwa kepercayaan sebagai kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan risiko tertentu.

(**Fahmi, 2018**), , menyebutkan bahwa domain keamanan sistem informasi menggabungkan identifikasi dari aset data dan informasi suatu organisasi dengan pengembangan dan implementasi kebijakan-kebijakan, standar-standar, pedoman-pedoman, dan prosedur-prosedur.

Listrik sudah menjadi kebutuhan yang harus ada sekarang ini. Sejak listrik ditemukan oleh Thales, seorang cendekiawan Yunani, lalu dikembangkan oleh Ben Franklin di tahun 1752, lalu terciptanya baterai oleh Alesandro Volta dari Italia pada tahun 1880, dan akhirnya terciptanya medan magnet listrik oleh seorang ilmuwan Inggris Michael Faraday, sampai terciptanya cahaya lampu oleh Thomas Alfa Edison tahun 1879, Listrik sudah melekat di kehidupan sehari-hari warga di dunia ini.

Toko Cahaya Listrik Padang adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang elektronik dan listrik dengan kapasitas sumber daya manusia dan kemampuan pelayanan yang terbaik. Sebagai sebuah perusahaan, toko Cahaya Listrik terus fokus pada pengembangan inovasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dihadapi dalam situasi industri yang selalu berubah. Toko Cahaya Listrik juga fokus pada transformasi perusahaan untuk menjaga kondisi sempurna untuk memenangkan persaingan untuk mencapai nilai tambah bagi pelanggan dan karyawan.

Toko Cahaya Listrik sebagai perusahaan yang bergerak di bidang elektronik, listrik dan perdagangan umum, memiliki tenaga ahli dan karyawan yang terampil dan sudah berpengalaman dalam hal perbaikan kelistrikan dan elektronik, yang sudah diakui oleh customer yang sudah menggunakan jasa di toko Cahaya Listrik sebagai jasa perbaikan barang elektronik, listrik dan perdagangan umum. Toko Cahaya Listrik, produk elektronik, listrik dan perdagangan umum, selalu memegang prinsip bahwa Cahaya Listrik adalah pekerja yang profesional dan

bertanggung jawab, dan akan memberikan pelanggan kepuasan yang tidak dalam jangka waktu sebentar, tetapi dalam jangka waktu yang lama.

Penelitian mengenai faktor yang menyebabkan niat bertransaksi menggunakan sisten e commerce telah banyak dilakukan, sepeerti penelitian yang dilakukan oleh (**Farina, 2016**), menunjukkan bahwa sikap, persepsi risiko dan pengalaman menggunakan internet memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat untuk bertransaksi secara online. Sementara (**Fahmi, 2018**), menyatakan bahwa untuk mendeskripsikan peranan persepsi keamanan (security) dan kepercayaan (trust) terhadap pembentukkan niat untuk menggunakan transaksi perdagangan elektronik (e-commerce). Sedangkan menurut (**Ghassani, 2019**), mengungkapkan bahwa pengaruh trust dan perceived risk terhadap niat untuk bertransaksi menggunakan e-commerce.

Berdasarkan penelitian (**Tonggiroh, 2016**), menyatakan bahwa pengaruh faktor privasi dan kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian melalui online shop. Sejalan dengan penelitian (**Rini Afriyanti, 2019**), menyatakan bahwa pengaruh privasi, dan keamanan terhadap niat bertransaksi secara online di shopee.co.id. Sementara (**Indriyani et al., 2017**), menyimpulkan bahwa perlindungan data pribadi dan privasi e-consumer pada online marketplace system.

Menurut (**Anwar & Adidarma, 2016**), menyatakan bahwa menentukan pengaruh kepercayaan pada toko online dan risiko yang dirasakan pada konsumen secara online niat pembelian. (**Fahmi, 2018**), menunjukkan bahwa untuk mendeskripsikan peranan persepsi keamanan (security) dan kepercayaan (trust) terhadap pembentukkan niat untuk menggunakan transaksi perdagangan elektronik

(e-commerce). Menurut **(Sugara & Dewantara, 2017)**, menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan sistem transaksi jual beli online (Studi Pada Konsumen “Z”).

(Irawan & Affan, 2020), menyatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh terhadap niat pengguna dalam menggunakan fintech, keamanan bertransaksi masih di anggap suatu hal yang utama bagi pengguna payment fintech di Indonesia, karena risiko yang dirasakan adalah hambatan mendasar bagi pengguna mempertimbangkan penggunaan Fintech. Begitu juga hasil penelitian **(Afiyah, 2018)**, untuk menganalisis sejauh mana pengaruh keamanan, reputasi dan pengalaman terhadap kepercayaan pengguna internet untuk bertransaksi secara online.

Penelitian ini berbeda dengan **(Faradila & Soesanto, 2016)**, menyatakan bahwa untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kegunaan pada niat pembelian menggunakan kepercayaan sebagai kasus studi mediator di toko online berrybenka.com. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yang dirasakan kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan, variabel niat pembelian sebagai variabel dependen dan variabel kepercayaan sebagai variabel intervensi.

Berdasarkan hasil pemeriksaan terhadap laporan jumlah pengguna di sistem e-commerce Toko Cahaya Listrik Padang beberapa tahun terakhir ditemukan adanya peningkatan jumlah pengguna sebagaimana terlihat pada Tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1
Perkembangan pengguna sistem e commerce Tahun 2016-2020 di Toko
Cahaya Listrik Padang

| Tahun | Jumlah Pengguna | Persentase |
|--------------|------------------------|-------------------|
| 2016 | 29.737 | - |
| 2017 | 30.601 | 3% |
| 2018 | 34.291 | 10% |
| 2019 | 39.291 | 12.7% |
| 2020 | 41.652 | 5.6% |
| Jumlah | 175.572 | 31.3% |

Sumber : Laporan pengguna sistem e commerce – Buku Tahun 2021 Toko Cahaya Listrik Padang

Berdasarkan data diatas, dapat dijelaskan bahwa pengguna di sistem e commerce sepanjang tahun 2016 s/d 2020 mengalami fluktuasi, dapat terlihat adanya kecenderungan peningkatan jumlah pengguna di sitem e commerce. Fluktuasi ini dapat terjadi karena adanya promosi bauran pemasaran yang dilakukan oleh pihak pengelola sistem e commerce, dan dampak covid 19 ditahun 2020 yang menyebabkan orang-orang berbelanja secara online atau sistem e commerce. Melihat kenyataan ini maka perlu adanya upaya yang maksimal dari pihak pengelola untuk dapat meningkatkan faktor-faktor yang menjadi penunjang peningkatan jumlah pengguna serta niat bertransaksi menggunakan sistem e commerce di Toko Cahaya Listrik Padang.

Namun dibalik upaya peningkatan niat bertransaksi menggunakan sistem e commerce ada beberapa masalah seperti dari segi privasi. Seseorang yang akan berbelanja di suatu sistem e commerce biasanya dipengaruhi oleh privasi. Pada saat ini pengelola sistem e commerce Toko Cahaya Listrik Padang sedang melakukan peningkatan terhadap sistem e commerce yang ada. Hal ini dilakukan dengan tujuan mendapatkan kenyamanan konsumen sehingga Toko Cahaya Listrik Padang mampu bersaing dengan kompetitornya.

Kepercayaan merupakan faktor yang menjadi pertimbangan bagi pengguna. Seseorang yang akan berbelanja pasti lebih dahulu mempertimbangkan kepercayaan yang akan mereka lakukan transaksi di suatu sistem e commerce. Namun yang paling penting adalah keamanan yang konsumen dapatkan dengan transaksi berbelanja di sistem e commerce yang akan dilakukan. Toko harus memberikan kepercayaan yang lebih, namun Toko Cahaya Listrik Padang pada hari tertentu menerapkan harga promo dari hari biasanya bagi pengguna yang akan berbelanja melalui sistem e commerce. Hal ini terkadang mengakibatkan kenaikan pada konsumen yang akan berbelanja melalui sistem e commerce.

Selain privasi dan kepercayaan, hal paling utama yang memengaruhi pengguna berbelanja secara sistem e commerce adalah tingkat keamanan pada saat berbelanja online. Setelah melakukan transaksi online seseorang pasti mempunyai penilaiannya tersendiri. Jika seseorang merasa puas berbelanja secara sistem e commerce maka hal itu akan menjadi pengaruh positif tersendiri bagi Toko Cahaya Listrik Padang. Toko Cahaya Listrik Padang sedang menjadikan keamanan sebagai prioritas utama untuk niat bertransaksi menggunakan sistem e commerce agar Toko

Cahaya Listrik Padang lebih berkembang sehingga hal tersebut menjadi pendorong agar konsumen melakukan transaksi menggunakan sistem e commerce serta dengan senang hati merekomendasikan berbelanja online tersebut kepada orang lain.

Berdasarkan latar belakang dan perlunya perluasan penelitian yang didukung teori yang melandasi, maka penelitian ini akan meneliti tentang “**PENGARUH PRIVASI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN SISTEM E-COMMERCE DENGAN KEAMANAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA TOKO CAHAYA LISTRIK PADANG**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Banyak kasus penipuan yang terjadi dalam transaksi jual beli melalui e-commerce.
2. Sistem e-commerce Toko Cahaya Listrik Padang tidak luput dari masalah penipuan belanja online yang semakin marak saat ini.
3. Konsumen merasa ragu dalam melakukan transaksi secara online karena takut akan tertipu.
4. Adanya keraguan atas kebenaran data, informasi karena para pihak tidak pernah bertemu secara langsung.
5. Kurangnya promosi sehingga sistem e commerce Toko Cahaya Listrik Padang belum dikenal luas.

6. Edukasi tentang penggunaan sistem e commerce Toko Cahaya Listrik Padang yang masih kurang.
7. Kurangnya pemberlakuan maintenance atau penyegaran situs pada sistem e commerce Toko Cahaya Listrik Padang.
8. Minimnya pengelola dibagian sistem e commerce pada Toko Cahaya Listrik Padang.
9. Customer services yang masih lambat dalam melakukan respon terhadap konsumen yang ingin berbelanja secara e commerce di Toko Cahaya Listrik Padang.
10. Promo harga yang ditawarkan di sistem e commerce pada Toko Cahaya Listrik Padang yang masih kurang.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian dan fenomena di atas, maka penelitian ini membatasi dalam hal yang hanya menyangkut kepada privasi (X1), kepercayaan (X2), terhadap niat bertransaksi menggunakan sistem e commerce (Y) dengan keamanan (Z) sebagai variabel intervening pada Toko Cahaya Listrik Padang.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian dalam latar belakang di atas, masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh privasi terhadap keamanan pada Toko Cahaya Listrik Padang ?

2. Bagaimanakah pengaruh kepercayaan terhadap keamanan pada Toko Cahaya Listrik Padang ?
3. Bagaimanakah pengaruh privasi terhadap niat bertransaksi menggunakan sistem e commerce pada Toko Cahaya Listrik Padang ?
4. Bagaimanakah pengaruh kepercayaan terhadap niat bertransaksi menggunakan sistem e commerce pada Toko Cahaya Listrik Padang ?
5. Bagaimanakah pengaruh keamanan terhadap niat bertransaksi menggunakan sistem e commerce pada Toko Cahaya Listrik Padang ?
6. Bagaimanakah pengaruh privasi terhadap niat bertransaksi menggunakan sistem e commerce melalui keamanan sebagai variabel intervening pada Toko Cahaya Listrik Padang ?
7. Bagaimanakah pengaruh kepercayaan terhadap niat bertransaksi menggunakan sistem e commerce melalui keamanan sebagai variabel intervening pada Toko Cahaya Listrik Padang ?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh privasi terhadap keamanan pada Toko Cahaya Listrik Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keamanan pada Toko Cahaya Listrik Padang.

3. Untuk mengetahui pengaruh privasi terhadap niat bertransaksi menggunakan sistem e commerce pada Toko Cahaya Listrik Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap niat bertransaksi menggunakan sistem e commerce pada Toko Cahaya Listrik Padang.
5. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap niat bertransaksi menggunakan sistem e commerce pada Toko Cahaya Listrik Padang.
6. Untuk mengetahui pengaruh privasi terhadap niat bertransaksi menggunakan sistem e commerce melalui keamanan pada Toko Cahaya Listrik Padang.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap niat bertransaksi menggunakan sistem e commerce melalui keamanan pada Toko Cahaya Listrik Padang.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1) Objek Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam mempertimbangkan faktor privasi, kepercayaan, dan keamanan terhadap niat bertransaksi menggunakan sistem e commerce. Dan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemilik Toko Cahaya Listrik Padang dalam menjalankan bisnis maupun pengembangan sistem e commerce, maupun dalam menentukan

kebijakan-kebijakan guna usaha peningkatan pemberian pelayanan yang lebih baik dalam meningkat keamanan konsumen.

2) Peneliti

Memberi kesempatan untuk menerapkan teori manajemen pemasaran secara langsung atau dilapangan dan memberikan kemampuan dalam melakukan penelitian, sehingga memberikan pengalaman serta ilmu bagi peneliti dan juga menjadi bahan perbandingan bagi peneliti untuk implementasi teori ke dalam praktek manajemen.

3) Masyarakat

Bahan bacaan yang kiranya dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai pengaruh privasi, kepercayaan, dan keamanan terhadap niat bertransaksi menggunakan sistem e commerce.

4) Peneliti Selanjutnya

Dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga pedoman untuk melakukan penelitian dengan variable yang sama.