

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Internet dimasa sekarang ini sudah menjadi perkembangan paling menarik dalam bidang pemasaran, informasi, dan komunikasi. Komunikasi dan informasi menjadi lebih mudah dan sangat cepat dengan adanya perkembangan teknologi. Sementara dalam bidang pemasaran yang menggunakan layanan internet yaitu *e-commerce* salah satunya. Dengan adanya perkembangan dalam internet, *e-commerce* menjadi sesuatu hal yang sangat menjanjikan untuk menjual barang bagi para penjual ataupun produsen di era sekarang. *E-commerce* yang telah berkembang di Indonesia salah satunya yaitu *marketplace*. *Marketplace* adalah bisnis yang memberikan fasilitas terhadap pedagang *online* untuk berjualan, melalui *marketplace* proses jual beli antara pedagang dan konsumen berjalan secara efisien. Dengan *marketplace* para konsumen dapat menemukan berbagai macam barang yang mereka inginkan disitus tersebut. Situs jual beli *online* yang sangat terkenal saat ini di Indonesia adalah toko *online* Tokopedia. Tokopedia merupakan toko *online* di Indonesia yang memberikan penawaran, mulai dari produk *fashion*, kecantikan, *gadget* dan lain-lain. Dengan seiring berkembangnya zaman, Tokopedia merupakan suatu hal yang paling dibutuhkan masyarakat saat ini, Karena lebih mudah mencari barang-barang yang mereka inginkan dan juga lebih mudah dalam hal transaksi jual beli.

Menurut laporan yang dikutip dari detiknet, Tokopedia adalah situs jual beli *online* yang paling banyak dikunjungi di Indonesia yaitu total

pengunjung mencapai 1,2 miliar terbagi dari 863 juta pengunjung melalui *handphone* dan 329 juta pengunjung melalui perangkat komputer. Peringkat kedua, ada situs jual beli *online* Shoppe dengan total pengunjung mencapai 837 juta. Perolehan ini mengalahkan Bukalapak dengan 823 juta pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sangat banyak minatnya di Tokopedia saat ini. Tentunya dengan banyaknya *marketplace* yang bermunculan, perusahaan Tokopedia harus berupaya untuk menyusun strategi agar dapat bertahan dan berkembang di masa depan. Salah satunya adalah meningkatkan kepuasan.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan bahagia atau kecewa pada seseorang sesudah membandingkan kinerja produk yang diyakini terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Apabila kinerja lebih rendah dari harapan maka konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas. Kotler (2016). Kepuasan pelanggan Tokopedia dapat dibentuk atau ditingkatkan melalui kepercayaan, privasi data dan keamanan terjaga dengan baik. Persepsi konsumen *online* terhadap privasi data pengguna dan keamanan akun saat ini masih cenderung terlihat negatif setelah kejadian tahun ini masalah kebocoran data pengguna dan keamanan akun Tokopedia yang diberitakan di media *online*, Sehingga masyarakat yang menggunakan akun Tokopedia begitu kecewa dan kemungkinan tingkat kepuasan pelanggan menurun. Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan dalam transaksi jual beli, khususnya transaksi jual beli *online* akan membuat pelanggan Tokopedia merasa lebih

terpenuhi. Selanjutnya, dengan mengkaji pentingnya hubungan antara 3 aspek tersebut diatas, sebenarnya akan membantu kemajuan bisnis saat ini, terutama untuk membangun hubungan jangka panjang antara penjual *online* dan pelanggan mereka.

Privasi merupakan hak yang dimiliki oleh seseorang untuk menjaga kehidupan pribadinya atau rahasia informasi agar hanya diketahui oleh kelompok tertentu saja. Dalam pengertian singkatnya privasi adalah keleluasaan atau kebebasan pribadi. Privasi data merupakan hal penting bagi semua orang ketika menggunakan layanan di Tokopedia. Tentunya Tokopedia harus memberikan pelayanan dengan menjaga privasi data tersebut agar para konsumen mendapatkan kenyamanan ketika bertransaksi di toko *online* tersebut. Di tahun 2020 lalu ada sebuah kejadian yang cukup mengejutkan bagi perusahaan dan juga konsumen Tokopedia, yaitu terjadinya kebocoran privasi data pengguna dan menyebabkan ketidaknyamanan para konsumen. Cara mencegah adanya kebocoran privasi data ialah dengan melakukan tahap ini. Yang pertama, perusahaan harus mempunyai kebijakan yang tegas untuk memastikan keamanan pelanggannya termasuk prosedur apabila terjadi ancaman. Kedua, perusahaan harus dapat mendeteksi ancaman serangan serta kejadiannya seperti apa, sehingga perusahaan dapat langsung menyelesaikan masalah kebocoran data tersebut. Ketiga, perusahaan harus memiliki data manajemen yang rapi dan akurat. Dengan cara demikian perusahaan dapat mencegah terjadi kebocoran data para konsumen dan dapat memberikan kenyamanan.

Keamanan yaitu usaha dalam melindungi sesuatu dari hal yang tidak menguntungkan maupun tidak baik. Begitu juga dengan keamanan akun, usaha melindungi dari kejahatan yang dilakukan oleh seorang *hacker*. Puas atau tidaknya konsumen juga dipengaruhi oleh faktor keamanan dari pihak perusahaan. Konsumen akan merasa khawatir jika perusahaan tidak memberikan jaminan keamanan. Sebaliknya jika perusahaan memberikan jaminan maka konsumen akan merasa tenang dan puas. Maka perusahaan harus memerhatikan dari segi keamanan data privasi pengguna ketika bertransaksi di toko *online*. Perusahaan harus selalu memberikan informasi terkait masalah keamanan akun pengguna dan tata cara mengatasi masalah tersebut.

Kepercayaan adalah bagian penting dari bisnis. Kepercayaan adalah kesepakatan dan perasaan bahwa pembeli perlu mempercayai suatu barang, dan digunakan oleh penyedia jasa dalam membangun hubungan jangka panjang. Membangun kepercayaan adalah pendekatan untuk membuat dan mempertahankan klien. Kepercayaan yang tinggi dari klien kepada organisasi atau perusahaan dapat memberikan rasa kepuasan pelanggan dalam menggunakan suatu barang dan jasanya.

Penelitian ini memfokuskan kepada pelanggan yang berasal dari Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Fakultas Ekonomi, Karena Mahasiswa tersebut beberapa diantaranya menggunakan aplikasi Tokopedia. Berdasarkan penjelasan dan permasalahan diatas, Peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Privasi Data Pengguna,**

## **Persepsi Keamanan Akun Pengguna, dan Kepercayaan Terhadap Keuasan Pelanggan Toko *Online* Tokopedia”.**

### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah persepsi privasi data pengguna berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko *online* tokopedia pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Fakultas Ekonomi Angkatan 2016?
- b. Apakah persepsi keamanan akun pengguna berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko *online* tokopedia pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Fakultas Ekonomi Angkatan 2016?
- c. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko *online* tokopedia pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Fakultas Ekonomi Angkatan 2016?
- d. Apakah persepsi privasi data pengguna, persepsi keamanan akun pengguna, dan kepercayaan secara keseluruhan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko *online* tokopedia pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Fakultas Ekonomi Angkatan 2016?

## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, berikut ini adalah tujuan dari penelitian :

- a. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh persepsi privasi data pengguna terhadap kepuasan pelanggan toko *online* tokopedia pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Fakultas Ekonomi Angkatan 2016?
- b. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh persepsi keamanan akun pengguna terhadap kepuasan pelanggan toko *online* tokopedia pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Fakultas Ekonomi Angkatan 2016?
- c. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan toko *online* tokopedia pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Fakultas Ekonomi Angkatan 2016?
- d. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh persepsi privasi data pengguna, persepsi keamanan akun pengguna, dan kepercayaan secara keseluruhan terhadap kepuasan pelanggan toko *online* tokopedia pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Fakultas Ekonomi Angkatan 2016?

## **b. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat untuk Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu untuk menambah pengalaman, pengetahuan, dan wawasan bagi peneliti.

### 2. Manfaat untuk Ilmu Pengetahuan

Dapat dijadikan sebagai sumbangan ilmu yang telah didapat, terutama dibidang manajemen pemasaran dan mampu menjadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

### 3. Manfaat untuk Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi ataupun informasi bagi peneliti lain apabila akan melakukan penelitian dengan variabel yang seperti sebelumnya.

