

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan industri *e-commerce* saat ini semakin meningkat dimasa pandemi Covid-19. Dengan hal ini bisnis *e-commerce* menjadi kebutuhan utama publik dalam bertransaksi di masa pandemi, mengingat masyarakat takut akan berbelanja secara langsung sehingga untuk pembelian beberapa kebutuhan dilakukan secara *online* melalui *platform e-commerce* (Sudaryono *et al.*, 2020). Sehingga kehadiran *e-commerce* sebagai ruang bisnis virtual untuk melakukan kegiatan berbelanja secara *online* tanpa harus berinteraksi secara langsung dengan penjual. Hal tersebut menimbulkan terciptanya suatu pasar elektronik dimana pembeli dan penjual bertemu dan dihubungkan melalui transaksi elektronik (*online*) dapat diakses dimana saja dan kapan saja yang kita kenal dengan *marketplace* (Yustiani & Yunanto, 2017). Shopee merupakan salah satu *marketplace online* terkemuka di Indonesia yang menjadi sarana transaksi jual beli yang menyediakan berbagai macam kebutuhan produk konsumen yang dapat dipesan menggunakan aplikasi yang ada di *smartphone* pengguna. Sehingga kualitas suatu *aplikasi marketplace* tersebut menjadi salah satu hal yang penting guna kenyamanan dalam berbelanja *online*.

Pada dasarnya untuk sekarang kualitas suatu informasi, sistem dan layanan pada sebuah aplikasi *marketplace* sangat penting guna kepuasan pengguna menggunakan aplikasi tersebut untuk melakukan transaksi belanja secara *online*. Pengguna akan merasa terpuaskan jika layanan yang ada pada sebuah aplikasi *marketplace* tersebut sesuai dengan persepsi tentang mutu layanan informasi yang saat ini dirasakan oleh pengguna (Arfian, 2017). Kualitas yang ada pada aplikasi *marketplace* dapat meningkatkan banyaknya pelanggan yang memutuskan untuk *online shopping* pada sebuah *marketpace* tersebut sehingga untuk mengetahui adanya sebuah standart yang baik pada *marketplace* tersebut (Fauziah & Wulandari, 2018). Sehingga kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas pelayanan menjadi element yang sangat penting dalam sebuah *marketplace* terhadap kepuasan pengguna dalam pemakaian aplikasi *marketplace* dengan perkembangan penjualan secara *online* (Yuningsih, 2019).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Tam & Oliveira (2016) menyatakan bahwa kualitas informasi dapat meningkatkan kepuasan pengguna pada pengguna aplikasi *mobile banking* (m-banking) yang memuaskan kebutuhan pengguna. Pramudita & Sarosa (2017) menyatakan bahwa kualitas informasi dapat meningkatkan penggunaan karena informasi akademik yang dihasilkan melalui penggunaan apple ipad mini dapat memberikan hasil yang tepat, akurat dan terkini (*up to date*) dengan adanya apple ipad mini seorang mahasiswa dapat lebih mudah dalam pencarian informasi karena tersedia layanan koneksi internet di apple ipad mini tersebut. Selanjutnya dalam penelitian Wahyudi *et al.* (2013) melakukan penelitian kualitas informasi pada siacad mahasiswa hal ini menunjukkan hasil yang baik bahwa kualitas informasi pada taraf kepercayaan secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa hal ini berarti semakin baik kualitas informasi maka kepuasan mahasiswa semakin meningkat, dan sebaliknya jika kualitas informasi buruk maka kepuasan mahasiswa akan menurun.

Yuliana & Riyadi (2016) telah melakukan penelitian pada salah satu sistem informasi sebuah perhotelan hasil yang ditunjukkan dari penilaian yang tinggi oleh karyawan terhadap sistem informasi menunjukkan bahwa kualitas sistem dapat meningkatkan

kepuasan pengguna dalam memakai sistem informasi tersebut. Penelitian Alzahrani *et al.* (2017) yang meneliti mengenai kesuksesan digital sistem perpustakaan menyatakan bahwa kualitas sistem yang baik akan meningkatkan kepuasan pengguna sehingga kualitas sistem berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Menurut Sumiyana & Pribadi (2010) pada penelitian yang dilakukan mengenai kualitas sistem yang terdapat pada *website* pajak bahwa kualitas sistem dapat meningkatkan penggunaan sehingga mempengaruhi ketersediaan pemakai informasi untuk menggunakan *website* pajak tersebut sebagai sumber pencarian informasi perpajakan artinya kandungan informasi merujuk kepada informasi yang dibutuhkan oleh pengguna sehingga mereka bersedia untuk menggunakan kembali sistem pajak tersebut.

Afthanorhan *et al.* (2020) melakukan penelitian mengenai keberhasilan sistem digital perpustakaan bahwa kualitas layanan mampu mendorong kepuasan pengguna menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Pada penelitian Dharmawan (2018) menganalisis mengenai sistem informasi akuntansi penjualan bukalapak bahwa layanan yang baik dapat memenuhi segala kebutuhan pengguna terkait sistem yang sedang digunakan sehingga tujuan pengguna dapat tercapai hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi penjualan di bukalapak. Trihandayani *et al.* (2018) mengidentifikasi mengenai hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pengguna pada salah satu *website* fakultas Universitas di Malang bahwa hasil menunjukkan kualitas layanan memiliki dampak yang baik terhadap kepuasan pengguna.

Namun demikian, penelitian terdahulu mengenai kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas layanan, dan kepuasan pengguna sudah banyak dilakukan dengan model Delone and Mclean pada sistem pembelajaran, namun hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dengan mengangkat topik mengenai penelitian *marketplace* yaitu Shopee dan menambah variabel (aktivitas) penggunaan yang akan dihubungkan dengan variabel kualitas sistem, kualitas layanan dan kepuasan pengguna dengan pendekatan Delone and Mclean.

Berdasarkan kesenjangan penelitian diatas maka tujuan dari penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai topik analisis kepuasan pengguna aplikasi *marketplace* Shopee dengan pendekatan model Delone and Mclean.

TINJAUAN PUSTAKA

Pendekatan Delone and Mclean

Model Delone and Mclean merupakan model yang mengukur mengenai pengukuran kesuksesan sistem informasi. Model ini pertama kali diperkenalkan berdasarkan penelitian awalnya pada tahun 1992 dan dikenal dengan *D&M Information System Success Model*. Pada tahun 2003 Delone dan Mclean mengembangkan dan memperbaiki model kesuksesan SI (*Update D&M IS Success Model*) variable sebagai dimensi baru dari model kesuksesan SI ada enam dimensi model kesuksesan sistem informasi Delone and Mclean (2003). Enam dimensi model itu terdiri dari kualitas informasi (*information quality*), kualitas sistem (*system quality*), kualitas layanan (*service quality*), penggunaan (*use*), kepuasan pengguna (*user satisfaction*) dan manfaat bersih (*net benefit*).