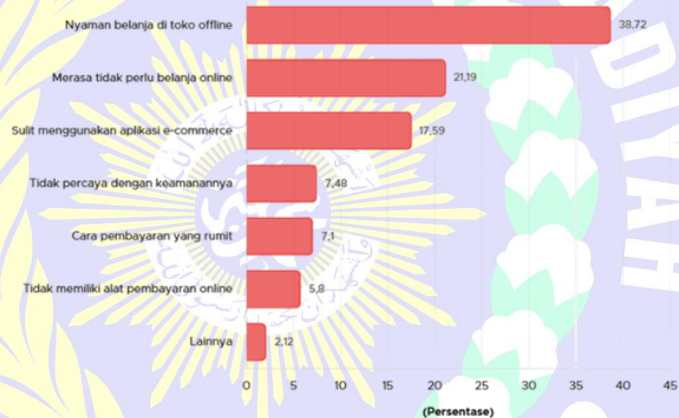


BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

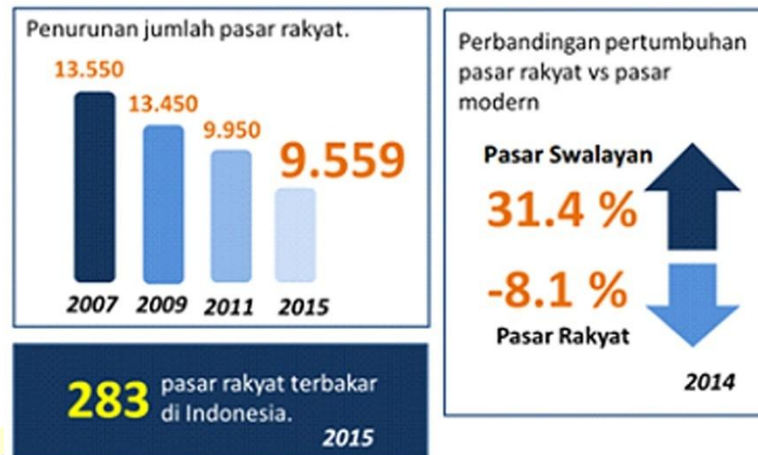
Kemajuan di bidang teknologi informasi telah menjadikan *E-Commerce* sebagai bagian penting dari ekonomi digital Indonesia. Sebuah survei terhadap 8.700 orang dari 38 provinsi di Indonesia pada tahun 2025 menunjukkan bahwa banyak warga Indonesia yang masih belum terlalu bersedia melakukan pembayaran daring. Sebanyak 38,72% responden menyatakan merasa lebih nyaman melakukan transaksi secara langsung, sementara 17,59% mengaku masih kesulitan melakukan transaksi daring (Mar'atus, 2025). Data ini menunjukkan bahwa banyak orang belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang penggunaan alat-alat digital.



Gambar 1. 1 Penyebab Masyarakat Enggan Bertransaksi Online
(Mar'atus, 2025).

Kondisi tersebut juga terjadi pada masyarakat di lingkungan pasar tradisional, seperti di Kabupaten Pacitan. Meskipun akses internet sudah tersedia, penggunaan *E-Commerce* dalam kegiatan jual beli masih tergolong rendah (Bening et al., 2023). Hal ini disebabkan oleh rendahnya literasi digital, terutama pada masyarakat yang belum terbiasa menggunakan *E-Commerce* (S, Surya Y., Wahyudi I., Septiani D., 2025). Akibatnya, banyak pengguna merasa kesulitan dalam memahami cara kerja aplikasi, sehingga tidak melanjutkan penggunaannya (Amornkitvikai et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa

teknologi bukan masalahnya, tapi ketidaksesuaian sistem dengan kemampuan dan kebiasaan pengguna.



Gambar 1. 2 Trend Penurunan Jumlah Pasar Tradisional (Magister Manajemen Telkom University, 2018).

Dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir pedagang di Pasar Tradisional Pacitan semakin kalah bersaing dengan semakin banyak toko ritel modern yang menawarkan layanan lebih baik (Aminulloh, 2024). Ancaman ini terbukti dari tren penurunan jumlah pasar tradisional di Indonesia yang cukup drastis secara nasional, yakni dari 13.550 pasar pada tahun 2007 menyusut menjadi hanya 9.559 pasar pada tahun 2015. Ketimpangan ini semakin dipertegas oleh perbandingan data pertumbuhan, di mana pasar swalayan modern berhasil tumbuh dengan pesat sebesar 31,4%, sementara pasar rakyat justru mengalami pertumbuhan negatif atau penyusutan sebesar 8,1%. Penurunan ini tidak terlepas dari permasalahan adopsi sistem yang terdigitalisasi. Oleh karena itu, peran *E-Commerce* diperlukan untuk memperluas jangkauan pasar mereka, hanya saja cara yang digunakan perlu disesuaikan dengan kondisi pengguna.

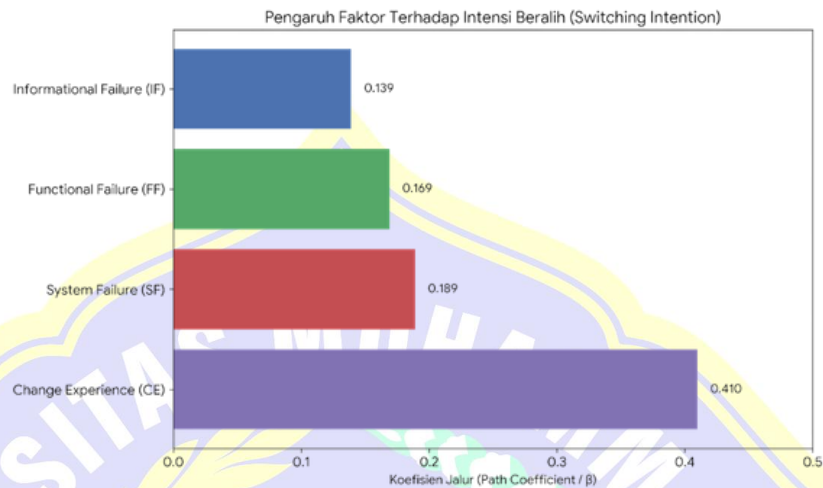


Gambar 1. 3 *E-Commerce* berbasis WhatsApp (Lokamart)

Lokamart merupakan sebuah inovasi platform *E-Commerce* berbasis WhatsApp yang dirancang untuk mendukung aktivitas perdagangan pada pasar tradisional. Penggunaan platform ini didasarkan pada tingginya tingkat pemanfaatan WhatsApp oleh masyarakat, khususnya pedagang dan pembeli, dalam aktivitas komunikasi sehari-hari, sehingga menjadikannya sebagai media yang potensial untuk diintegrasikan dengan sistem perdagangan digital (Raba et al., 2025). Melalui pemanfaatan WhatsApp Business API, Lokamart memungkinkan terjadinya proses transaksi secara lebih terstruktur tanpa mengubah kebiasaan pengguna secara signifikan. Integrasi ini memungkinkan otomatisasi layanan seperti pengelolaan pesan, notifikasi transaksi, serta komunikasi antara penjual dan pembeli secara real-time. Penggunaan WhatsApp Business juga terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan pada pelaku usaha, khususnya dalam hal kecepatan respons dan pengelolaan pesanan (Raba et al., 2025).

Secara umum, sistem Lokamart melibatkan beberapa pihak, yaitu pedagang sebagai penyedia produk, pembeli sebagai pengguna layanan, kurir sebagai pihak yang mendistribusikan barang, serta admin yang mengelola sistem. Keempat elemen tersebut saling terhubung dalam suatu alur transaksi yang sederhana, mulai dari pemesanan hingga pengiriman barang. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *conversational commerce*, yaitu proses transaksi yang dilakukan melalui interaksi berbasis percakapan digital dengan memanfaatkan platform komunikasi yang telah familiar bagi pengguna (Puspitasari et al., 2025). Dengan adanya Lokamart, diharapkan proses transaksi pada pasar tradisional dapat menjadi lebih efisien, terorganisir, dan

mudah diakses. Selain itu, sistem ini juga berperan sebagai jembatan dalam mendorong transformasi digital pada sektor perdagangan tradisional, terutama bagi pelaku usaha yang masih memiliki keterbatasan dalam penggunaan teknologi *E-Commerce* yang lebih kompleks (Sulaeman, 2026).



Gambar 1. 4 Respons Pengguna terhadap Kegagalan Sistem dan Pengalaman Perubahan dalam Memicu Intensi Beralih (Pandu Maulana, 2022)

Berdasarkan Gambar 1. 4 diatas faktor *change experience*/kesulitan pengguna saat beradaptasi dengan sistem baru adalah pendorong utama mereka untuk meninggalkan aplikasi. Fenomena ini menjadi hambatan digitalisasi pada sektor UMKM dan pasar tradisional. Namun, membuat aplikasi saja tidak cukup jika tidak dievaluasi dengan baik. Banyak aplikasi *E-Commerce* untuk UMKM gagal diterapkan bukan karena sistemnya rusak, melainkan karena sulit dioperasikan oleh pengguna. Aplikasi yang rumit dan membingungkan akan membuat pengguna merasa frustrasi, tidak puas, dan akhirnya berhenti memakai sistem tersebut (Yuniarti, 2024). Banyak program digitalisasi di pasar tradisional akhirnya terbengkalai karena aplikasinya tidak pernah diuji kecocokannya dengan tingkat kemampuan teknologi pedagang nya.

Untuk mencegah kegagalan tersebut, sistem yang dibangun harus dievaluasi secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur keberhasilan aplikasi dengan menggabungkan dua model evaluasi, yaitu *DeLone & McLean* dan *UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use*

of Technology). Model *DeLone & McLean* digunakan khusus untuk menilai kualitas teknis sistem seperti kualitas sistem, informasi, dan layanan untuk memastikan aplikasi berjalan lancar, minim *error*, dan mampu memberikan kepuasan bagi pengguna.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah utama yang akan dipecahkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerimaan baik dari segi kualitas sistem, informasi, dan layanan terhadap penggunaan aktual (*actual use*) *E-Commerce* berbasis WhatsApp di Pasar Tradisional Pacitan?
2. Bagaimana pengaruh ekspektasi kinerja dan usaha, pengaruh sosial, serta fasilitas terhadap niat atau keinginan pengguna *E-Commerce* berbasis WhatsApp di Pasar Tradisional Pacitan?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan menunjukkan bagaimana kualitas teknis sistem (sistem, informasi, dan layanan) berdampak pada penggunaan *E-Commerce* berbasis WhatsApp di pasar Pacitan tradisional.
2. Menganalisis dan membuktikan pengaruh ekspektasi kinerja dan usaha, serta pengaruh sosial terhadap niat pengguna (*behavioral intention*) *E-Commerce* berbasis WhatsApp di Pasar Tradisional Pacitan.

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan tambahan referensi ilmiah mengenai penggabungan model UTAUT dan *DeLone & McLean*, khususnya dalam mengevaluasi teknologi bagi masyarakat yang memiliki tingkat literasi digital rendah.
2. Menjadi acuan atau masukan bagi pengembang aplikasi dalam merancang *E-Commerce* yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat awam, sehingga dapat meningkatkan minat pakai dan membantu daya saing pedagang pasar tradisional.

1.4. Kontribusi dan Orisinalitas Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam bentuk perancangan sistem *E-Commerce* berbasis WhatsApp yang sederhana dan familiar bagi pengguna pasar tradisional. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan kemudahan penggunaan (*effort expectancy*) serta mengurangi hambatan adopsi teknologi pada pengguna dengan literasi digital yang terbatas. Orisinalitas penelitian ini terletak pada integrasi model UTAUT dan model DeLone & McLean dalam menganalisis penerimaan dan keberhasilan sistem *E-Commerce* berbasis WhatsApp. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji sistem berbasis WhatsApp API dan webhook pada pelaku usaha pasar tradisional di Pacitan.

1.5. Batasan Penelitian

Agar penelitian lebih terarah, batasan penelitian ditetapkan sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini merupakan pelaku usaha pada pasar tradisional di Pacitan.
2. Sistem yang diteliti dibatasi pada penggunaan aplikasi *E-Commerce* berbasis WhatsApp API sebagai media transaksi digital.
3. Variabel penelitian terbatas pada konstruk yang ditemukan dalam model integrasi UTAUT dan DeLone & McLean. Variabel-variabel ini termasuk harapan kinerja dan upaya, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, keinginan tindakan, tindakan penggunaan, kualitas sistem, informasi, serta layanan, dan kepuasan pengguna.
4. Pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner dan analisis data dilakukan dengan metode CB-SEM.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam melakukan penulisan dokumen skripsi ini terdiri atas tiga bab. Bab pertama membahas latar belakang, rumusan permasalahan, tujuan, keuntungan, kontribusi, dan batasan penelitian, serta metode yang digunakan untuk menulisnya. Bab II memberikan penjelasan tentang kajian literatur sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Bab II juga membahas konsep

dasar teori yang akan digunakan sebagai dasar penelitian ini, dan Bab III menjelaskan prosedur yang akan dilakukan dalam penelitian ini.

