

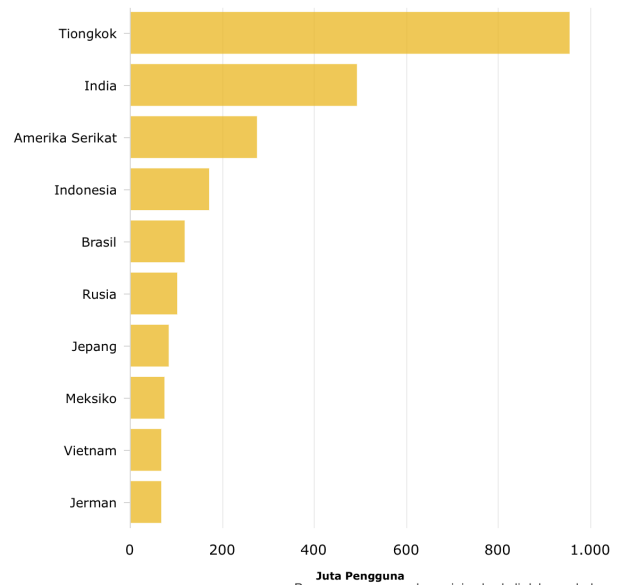
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Aplikasi kesehatan seperti *telemedicine* adalah sebuah teknologi yang memungkinkan adanya konsultasi antar pasien dengan dokter umum maupun dokter spesialis tanpa adanya halangan jarak, pasien dapat melakukan konsultasi kapan pun dan dimana pun, tentunya hal ini berdampak positif terhadap efektivitas pelayanan kesehatan di seluruh dunia. Dengan adanya *telemedicine* ini, tentunya pasien hanya perlu menyediakan perangkat elektronik seperti *handphone* dan dengan mengunggah aplikasi *telemedicine* untuk membuat janji temu dengan dokter secara daring melalui aplikasi tanpa harus bertatap muka.

Dengan meningkatnya jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia disertai dengan kurangnya jumlah dokter yang ada di Indonesia, tentunya aplikasi *telemedicine* akan menjadi salah satu aplikasi yang sangat dibutuhkan. Berdasarkan data yang telah diambil oleh *Newzoo* pada tahun 2020 tentang 10 negara dengan pengguna *smartphone* terbanyak, Indonesia berada dalam posisi urutan ke-4 dengan jumlah 170,4 juta pengguna *smartphone*, dan hal ini menggambarkan bahwa penetrasi penggunaan *smartphone* di Indonesia sudah mencapai 61,7% dari total populasi yang ada di Indonesia.



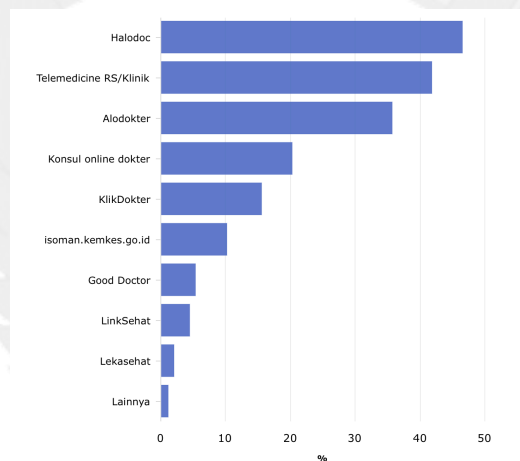
GAMBAR 1 NEGARA DENGAN PENGGUNA SMARTPHONE TERBANYAK (2020)

Sumber: *Newzoo*, 2020

Sejak awal tahun 2020, Indonesia dilanda dengan wabah Covid19 dimana hal ini tentunya mengalami peningkatan penggunaan aplikasi *telemedicine*. Dalam kutipan Kementerian Komunikasi dan Informatika pada bulan Juni 2020, penggunaan aplikasi *telemedicine* mengalami peningkatan hingga mencapai 443% terhitung sejak awal pandemi covid19 melanda di Indonesia, dan pada kutipannya tersebut menyebutkan bahwa sebelum pandemi Covid19, pengguna aplikasi *telemedicine* di Indonesia hanya sekitar 4 juta pengguna dan saat ini pengguna aplikasi *telemedicine* sudah mencapai angka melebihi 15 juta pengguna (Kominfo, 2020). Dengan melesatnya pengguna aplikasi *telemedicine* di Indonesia, masih sedikit penelitian yang mengenai aplikasi *telemedicine* di Indonesia.

Halodoc merupakan sebuah perusahaan teknologi yang melayani telekonsultasi kesehatan. Perusahaan halodoc merupakan perusahaan yang dibangun oleh PT. Media Dokter Investama dan sudah dirintis sejak tahun 2016 lalu oleh Jonathan Sudharta sebagai founder utama dengan tujuan utama yaitu Untuk mempermudah jangkauan

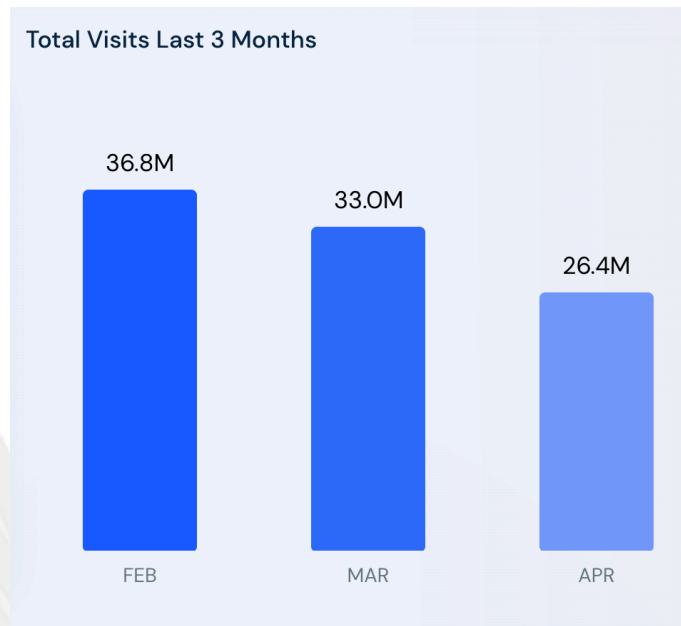
kesehatan secara menyeluruh bagi masyarakat Indonesia. Halodoc juga telah memberikan pelayanan kesehatan dalam jaringan hingga meliputi 52 kota yang ada Indonesia. Halodoc memiliki 18 juta pengguna, bekerja sama >4.000 apotik hingga rumah sakit dan memiliki >2.000 dokter dari seluruh Indonesia (Burhan, 2021). Pada tahun 2022, Halodoc menjadi aplikasi *telemedicine* terbanyak yang dipakai oleh masyarakat Indonesia, melalui data hasil survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC), persentasi pengguna aplikasi *telemedicine* paling banyak adalah Halodoc yaitu sebesar 46.5%, kemudian diikuti oleh pengguna aplikasi Alodokter yaitu sebanyak 35.7%.



GAMBAR 2 LAYANAN TELEMEDICINE & FASKES YANG PALING BANYAK DIGUNAKAN DI INDONESIA

Sumber: Katadata Insight Center, 2022

Berdasarkan data yang diambil dari *similarweb* terkait dengan angka *traffic* pengguna aplikasi Halodoc, ditemukan bahwa penggunaan aplikasi Halodoc mengalami penurunan dalam 3 bulan ke belakang yakni pada bulan Februari - April 2022. **Hal ini mungkin bisa saja terjadi akibat adanya *gap* antara rasa percaya, kepuasan pengguna serta loyalitas pengguna aplikasi Halodoc.**



GAMBAR 3 TRAFFIC PENGGUNA APLIKASI HALODOC

sSumber: www.similarweb.com, 2022

Berdasarkan observasi ternyata masih ditemukan banyak ulasan negatif yang diberikan oleh pengguna Halodoc seperti servis yang lama, kesalahan pengiriman, kesalahan *booking* pemeriksaan rapid test atau PCR covid19, pengantaran obat yang lama serta pelayanan yang diberikan oleh dokter yang melayani.

Berdasarkan penelitian milik (Aslam et al., 2020) menemukan hasil bahwa adanya pengaruh antara *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap kepercayaan pengguna yang berpengaruh terhadap kelayakitan. TAM merupakan sebuah model yang dipakai guna menemukan sikap penerimaan pengguna terhadap sistem. Dalam model TAM yang sudah termodifikasi ada beberapa elemen yang digunakan atribut dalam sebuah website yan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan juga faktor kenyamanan dan keamanan dalam penggunaan transaksi berbasis online. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Gotama & Indarwati, 2019), (Kasih & Moeliono, 2020)

dan (Juwaini et al., 2022) juga menyatakan adanya pengaruh antara rasa percaya terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan.

Mendasari pernyataan yang dinyatakan oleh peneliti-peneliti diatas, tentunya penting bagi perusahaan Halodoc untuk mengutamakan kepuasan pengguna agar mendapatkan penilaian positif dari pengguna serta meningkatkan kepercayaan pengguna yang berujung terhadap loyalitas pengguna aplikasi Halodoc. Dengan melihat adanya beberapa ulasan negatif dari pengguna Halodoc, maka dapat dikatakan bahwa terdapat masalah antara rasa percaya terhadap kepuasan pengguna yang bisa mempengaruhi loyalitas pengguna. Oleh sebab itu, dibutuhkan sebuah penelitian untuk mengetahui penyebab yang dapat mempengaruhi rasa percaya terhadap kepuasan pengguna dan loyalitas pengguna aplikasi Halodoc.

Penelitian ini adalah penelitian modifikasi dari studi yang diteliti oleh Wajeeha Aslam, Annas Husain, Kashif Farhat dan Imtiaz Arif (2020) dan Mustafa I. Eid (2011). Dalam studi pertama, model penelitian menguji kepada 3 variabel yaitu *TAM* sebagai variabel independen, *TAM* merupakan sebuah model yang dipakai agar mengetahui sikap penerimaan pengguna terhadap sistem, dalam model *TAM* yang sudah termodifikasi ada beberapa elemen yang digunakan atribut dalam sebuah website yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan juga faktor kenyamanan dan keamanan dalam penggunaan transaksi berbasis online. *E-Loyalty* sebagai variabel dependen serta *e-trust* sebagai variabel mediasi dimana pada studi kedua, model penelitian menguji kepada 4 variabel yaitu *TAM* sebagai variabel independen dengan *e-loyalty* sebagai variabel dependen dimana *e-trust* dan *e-satisfaction* sebagai variabel mediasi. Pada penelitian ini, modifikasi model berdasarkan model *TAM* yang diperbarui pada penelitian yang dilakukan oleh Wajeeha Aslam, Annas Husain, Kashif Farhat dan Imtiaz Arif (2020), lalu didukung oleh model penelitian yang dilakukan oleh Mustafa I. Eid (2011). Modifikasi penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah hasil penelitian sebelumnya ternyata memiliki hubungan terhadap satu dengan yang lainnya.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Seperti yang sudah dinyatakan diatas bahwa *telemedicine* adalah bagian dari inovasi layanan kesehatan dalam jaringan yang akan sangat berguna ke depannya, dimana Halodoc adalah bagian dari perusahaan *telemedicine* yang terdapat di Indonesia dan merupakan aplikasi *telemedicine* nomor 1 di Indonesia berdasarkan *trend* Katadata di tahun 2022. Walaupun Halodoc merupakan aplikasi *telemedicine* nomor 1 di Indonesia, pengguna aplikasi Halodoc mengalami penurunan selama 3 bulan terakhir berdasarkan *trend* bulan Februari - April 2022 dan dengan melihat beberapa ulasan negatif yang dilontarkan oleh pengguna Halodoc yang mungkin menyebabkan adanya gap antara rasa percaya, rasa kepuasan yang dapat mempengaruhi loyalitas pengguna. Oleh sebab itu, maka timbulah pertanyaan penelitian seperti:

1. Apakah *User Interface Quality* berpengaruh positif terhadap *E-trust*?
2. Apakah *Information Quality* berpengaruh positif terhadap *E-trust*?
3. Apakah *Perceived Privacy* berpengaruh positif terhadap *E-trust*?
4. Apakah *Perceived Security Risk* berpengaruh positif terhadap *E-trust*?
5. Apakah *E-commerce Awareness* berpengaruh positif terhadap *E-trust*?
6. Apakah *User Interface Quality* berpengaruh positif terhadap *E-satisfaction*?
7. Apakah *Information Quality* berpengaruh positif terhadap *E-satisfaction*?
8. Apakah *Perceived Privacy* berpengaruh positif terhadap *E-satisfaction*?
9. Apakah *Perceived Security Risk* berpengaruh positif terhadap *E-satisfaction*?
10. Apakah *E-commerce Awareness* berpengaruh positif terhadap *E-satisfaction*?
11. Apakah *E-trust* berpengaruh positif terhadap *E-loyalty*?
12. Apakah *E-satisfaction* berpengaruh positif terhadap *E-loyalty*?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Melalui rumusan dan pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antar *User Interface Quality* terhadap *E-Trust*
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antar *Information Quality* terhadap *E-Trust*.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antar *Perceived Privacy* terhadap *E-Trust*
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antar *Perceived Security Risk* terhadap *E-Trust*
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antar *E-commerce awareness* dengan *E-trust*
6. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antar *User Interface Quality* terhadap *E-satisfaction*
7. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antar *Information Quality* terhadap *E-satisfaction*.
8. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antar *Perceived Privacy* terhadap *E-satisfaction*
9. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antar *Perceived Security Risk* terhadap *E-satisfaction*
10. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antar *E-commerce awareness* dengan *E-satisfaction*
11. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antar *E-Trust* dengan *E-loyalty*
12. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antar *E-Satisfaction* dengan *E-loyalty*

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Manfaat Secara Teoritis

- a. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mampu membuahkan ilmu pengetahuan bagi peneliti tentang pengaruh e-trust, e-satisfaction terhadap e-loyalty pada pengguna aplikasi *telemedicine* pada era dimana mayoritas rakyat sudah menggunakan *smartphone*
- b. Hasil serta kesimpulan pada penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk peneliti berikutnya yang akan meneruskan penelitian dengan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

1.4.2 Manfaat Secara Praktis

- a. Dapat berkontribusi serta memberikan ide terhadap perusahaan Halodoc dalam upaya meningkatkan kepercayaan pengguna serta kepuasan pengguna untuk mencapai loyalitas pelanggan
- b. Dapat menjadi sumber ide-ide bagi aplikasi *telemedicine* lainnya yang sedang berupaya dalam meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan

1.5 SISTEMATIKA PENELITIAN

Untuk memahami penelitian secara lebih jelas, peneliti akan mendeskripsikan makalah secara sistematis yaitu:

- BAB I - Pendahuluan:

Dalam bab 1 ini penelitian menjelaskan mengenai latar belakang perusahaan, masalah-masalah yang sedang dialami, rumusan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis serta sistematika penelitian.

- BAB II - Tinjauan Pustaka:

Dalam bab 2, peneliti bertujuan untuk menjelaskan pemahaman tentang variabel-variabel penelitian yaitu *e-trust*, *TAM*, *e-satisfaction* dan *e-loyalty*. Selain itu juga peneliti memperlihatkan sejumlah penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, serta menjelaskan hipotesis peneliti terhadap penelitian yang sedang dijalankan, akhir dalam bab 2, peneliti akan menunjukkan model penelitian yang akan diteliti.

- BAB III - Metode Penelitian:

Dalam bab 3, peneliti akan menerangkan mengenai definisi serta macam-macam penelitian, jumlah populasi, variabel penelitian (dependen, independen) serta metode pengumpulan data dan analisis data.

- BAB IV – Hasil Penelitian dan Pembahasan:

Dalam bab 4, peneliti akan memperkenalkan mengenai persiapan pengumpulan data, realisasi, pengolahan data serta hasil interpretasi data.

- BAB V – Penutup:

Pada bab 5, peneliti akan menjelaskan kesimpulan, implikasi penelitian serta memberikan saran dan juga menjelaskan kekurangan yang ada dalam penelitian.