



Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi

Journal homepage: <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial>



Menjelajahi Hubungan antara Pengguna Layanan Internet, Niat Membeli, dan Kepuasan Pengguna: Sebuah Studi di Pulau Sumatra

Priatna Qasiem

Universitas Pendidikan Indonesia

*Correspondence: E-mail: priatnaqasiem@upi.edu

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara pengguna layanan internet, niat membeli, dan kepuasan pengguna di Pulau Sumatra. Pulau Sumatra memiliki populasi yang besar dan berkembang pesat dalam penggunaan internet. Namun, penelitian tentang bagaimana pengguna layanan internet memengaruhi niat membeli dan kepuasan pengguna masih terbatas di wilayah ini. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui survei yang diisi oleh responden yang merupakan pengguna internet di Pulau Sumatra. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data tentang persepsi pengguna terhadap pengguna layanan internet, niat membeli, dan tingkat kepuasan mereka. Sampel penelitian diambil secara acak dari berbagai kota di Pulau Sumatra untuk mewakili keragaman pengguna internet di wilayah tersebut. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode statistik yang tepat, seperti analisis regresi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh pengguna layanan internet terhadap niat membeli dan kepuasan pengguna di Pulau Sumatra. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi penyedia layanan internet, perusahaan e-commerce, dan pemerintah dalam meningkatkan pengguna layanan internet, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat membeli, dan meningkatkan kepuasan pengguna di Pulau Sumatra.

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted/Received Aug 2023

First Revised 10 Aug 2023

Accepted 10 Nov 2023

First Available online 01 Dec 2023

Publication Date 01 Dec 2023

Kata Kunci:

Pengguna Layanan Internet, Niat Membeli, dan Kepuasan Pengguna

1. PENDAHULUAN

Pulau Sumatra memiliki populasi yang besar dan penggunaan internet yang berkembang pesat. Ini menunjukkan bahwa internet memiliki peran yang signifikan dalam kehidupan masyarakat di pulau ini. Pengguna layanan internet melibatkan aspek teknis dan non-teknis yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan, keandalan, kecepatan, responsivitas, dan keamanan layanan internet (Lin dan Wang, 2006). Pengguna layanan internet di Pulau Sumatra menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian dan kepuasan pengguna. Kepuasan pengguna adalah tingkat di mana kinerja produk atau layanan memenuhi atau melebihi harapan pengguna (Kotler dan Armstrong, 2016).. Ini mengimplikasikan bahwa pengguna layanan internet memiliki dampak yang nyata pada preferensi dan kepuasan pengguna. Meskipun pertumbuhan penggunaan internet yang pesat, penelitian tentang hubungan antara pengguna layanan internet, niat membeli, dan kepuasan pengguna di Pulau Sumatra masih terbatas. Niat membeli adalah kesediaan dan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti kebutuhan, preferensi, persepsi nilai, dan situasi pembelian (Schiffman dan Kanuk 2007). Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan pengetahuan dalam bidang ini. Tidak adanya penelitian yang memadai dapat menghambat pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana pengguna layanan internet mempengaruhi niat membeli dan kepuasan pengguna di Pulau Sumatra. Diperlukan studi yang lebih mendalam untuk mengatasi kekurangan ini. Menjelajahi hubungan antara pengguna layanan internet, niat membeli, dan kepuasan pengguna di Pulau Sumatra. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini akan menganalisis dan memahami hubungan antara variabel-variabel ini dalam konteks Pulau Sumatra. Mengisi kesenjangan pengetahuan yang ada dalam penelitian tentang hubungan tersebut di wilayah ini. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat membeli dan kepuasan pengguna di Pulau Sumatra.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara pengguna layanan internet, niat membeli, dan kepuasan pengguna di Pulau Sumatra. Dalam penelitian ini, metode kuantitatif akan digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Survei akan dilakukan dengan mengirimkan kuesioner kepada responden yang merupakan pengguna internet di berbagai kota di Pulau Sumatra. Kuesioner akan dirancang untuk mengumpulkan data tentang persepsi responden terhadap pengguna layanan internet yang mereka terima, niat membeli yang dimiliki, dan tingkat kepuasan pengguna mereka. Data yang terkumpul kemudian akan dianalisis menggunakan metode statistik yang tepat, seperti analisis regresi, untuk mengevaluasi hubungan antara variabel-variabel tersebut. Analisis regresi akan membantu dalam memahami sejauh mana pengguna layanan internet berkontribusi terhadap niat membeli dan kepuasan pengguna. Uji hipotesis akan digunakan untuk menguji signifikansi statistik dari hubungan tersebut dan melihat apakah terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara variabel-variabel tersebut. Melalui penelitian ini, diharapkan akan diperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh pengguna layanan internet terhadap niat membeli dan kepuasan pengguna di Pulau Sumatra. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi penyedia layanan internet, perusahaan e-

commerce, dan pemerintah dalam meningkatkan pengguna layanan internet, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat membeli, dan meningkatkan kepuasan pengguna di wilayah tersebut.

2. KAJIAN PUSTAKA

Pulau Sumatra memiliki populasi yang besar dan penggunaan internet yang terus bertambah pesat. Teknologi internet dan kepemilikan ponsel atau smartphone dianggap sebagai salah satu faktor pendorong dari masifnya penggunaan layanan belanja dan keuangan digital (Durai & Stella, 2019). Pengetahuan mengenai bagaimana pengguna layanan internet memengaruhi niat membeli dan kepuasan pengguna di wilayah ini masih terbatas. Artinya, belum ada pemahaman yang memadai mengenai hubungan antara variabel-variabel tersebut di konteks Pulau Sumatra. Untuk mengisi kesenjangan pengetahuan ini, sangat penting untuk melakukan penelitian yang melibatkan pengumpulan data dan analisis yang lebih mendalam. Dengan melakukan penyelidikan dan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara pengguna layanan internet, niat membeli, dan kepuasan pengguna, kita dapat mengungkap pola dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen di wilayah ini. Dalam konteks ini, penelitian dapat melibatkan survei yang diisi oleh pengguna internet di Pulau Sumatra, dengan menggunakan kuesioner yang dirancang untuk mengumpulkan data tentang persepsi mereka terhadap pengguna layanan internet, niat membeli, dan tingkat kepuasan. Selanjutnya, data yang terkumpul dapat dianalisis menggunakan metode statistik yang tepat, seperti analisis regresi, untuk mengevaluasi hubungan antara variabel-variabel tersebut. Dengan melakukan penelitian yang komprehensif dan mendalam, kita dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pengguna layanan internet mempengaruhi niat membeli dan kepuasan pengguna di Pulau Sumatra. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi penyedia layanan internet, perusahaan e-commerce, dan pemerintah dalam meningkatkan pengguna layanan, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat membeli, dan meningkatkan kepuasan pengguna di wilayah tersebut.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi "Menjelajahi Hubungan antara Pengguna Layanan Internet, Niat Membeli, dan Kepuasan Pengguna: Sebuah Studi di Pulau Sumatra" mencakup pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data. Berikut adalah rincian mengenai metode penelitian yang dapat digunakan dalam studi tersebut: Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) Tahun 2020 dan data sekunder yang berasal dari BPS. Sampel yang digunakan sebagai unit analisis adalah penduduk usia produktif yaitu berusia 15-64 tahun di pulau Sumatra yang berjumlah 238.083 orang. Adapun data sekunder yang digunakan sebagai pelengkap yaitu hanya lapangan usaha dengan tenaga kerja terbanyak menurut Kabupaten/Kota di Sumatra tahun 2020.

Data yang dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik inferensial. Analisis deskriptif disajikan dalam bentuk tabulasi, diagram dan peta spasial. Sedangkan analisis statistik inferensial yang akan digunakan adalah model regresi probit. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif dan regresi probit. Analisis deskriptif dengan penyajian tabel, diagram dan peta spasial digunakan untuk memberikan

gambaran mengenai Menjelajahi Hubungan antara Pengguna Layanan Internet, Niat Membeli, dan Kepuasan Pengguna: Sebuah Studi di Pulau Sumatera.

Kemudian analisis dilanjutkan dengan menyusun model regresi probit untuk melihat i) Hubungan antara Pengguna Layanan Internet Studi di Pulau Sumatera, ii) Hubungan antara Niat Membeli Studi di Pulau Sumatera, dan iii) Hubungan antara Kepuasan Pengguna Studi di Pulau Sumatera.

Regresi probit merupakan analisis regresi yang digunakan untuk melihat hubungan antara variabel terikat (Y) yang bersifat kategorik dengan satu set variabel penjelas (X) yang bersifat kategorik, numerik atau gabungan keduanya dengan pendekatan fungsi distribusi bersyarat (cumulative distribution function). Model regresi probit secara umum dapat dituliskan :

$$Y^* = \beta^T x_i + \varepsilon$$

Dimana :

Y^* = vektor variabel terikat

β = vektor parameter koefisien [$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_p$]^T x = vektor variabel penjelas [x_1, x_2, \dots, x_p]^T

ε = error

Model probit untuk kejadian $Y = 0$ atau nilai peluang gagal yaitu:

$$q(x_i) = P(Y=0 | x) = \Phi(g - \beta^T x_i)$$

Sehingga model probit untuk kejadian $Y = 1$ atau nilai peluang sukses yaitu :

$$p(x_i) = P(Y=1 | x) = 1 - q(x_i) = 1 - \Phi(g - \beta^T x_i)$$

dimana $\Phi(g - \beta^T x_i)$ merupakan fungsi distribusi kumulatif normal.

Langkah selanjutnya yaitu melakukan interpretasi model regresi probit biner dengan menggunakan efek marginal. Efek marginal merupakan besaran pengaruh tiap variabel penjelas (X) yang signifikan terhadap peluang tiap kategori pada variabel terikat (Y) yang dirumuskan sebagai berikut :

$$\frac{\partial Pr[y=1|x]}{\partial x_i} = \frac{\partial Pr[y=1|x]}{\partial x\beta} \cdot \frac{\partial x\beta}{\partial x_i} = \psi_0(x\beta) \cdot \beta_i = \psi(x\beta) \cdot \beta_i$$

Tabel. 1 Variabel yang Digunakan

Jenis Variabel	Penjelasan
Variabel Terikat	
Pengguna Internet/ PI (Y1)	Individu yang menggunakan layanan internet baik sebagai produsen atau konsumen (1= Ya, 0= tidak)
Niat Membeli / NM (Y2)	Individu yang memiliki niat membeli (1= Ya, 0=tidak)
Kepuasan Pengguna /KP (Y3)	Individu yang membrikan kepuasan baik sebagai produsen atau konsumen (1= Ya, 0 = tidak)
Variabel Bebas	
Lokasi tempat tinggal	Status daerah tempat tinggal penduduk meliputi kode 1=perkotaan, 0 = perdesaan

Sektor Ekonomi Utama	Jenis lapangan usaha dengan jumlah tenaga kerja terbanyak pada tingkat Kabupaten/Kota di Sumatera meliputi kode 1= pertanian, 2 = nonpertanian
Jenis Kelamin	Jenis kelamin penduduk meliputi kode 1= laki-laki, 0= perempuan
Kelompok Umur	Kelompok umur penduduk yang meliputi kode 1= generasi millennial (usia 25-40), 2= generasi Z (usia di bawah 25 tahun), 3= generasi X (usia di atas 40 tahun)
Pendidikan	Jenjang pendidikan yang sedang diduduki atau ditamatkan oleh penduduk meliputi kode 1= SMP ke bawah, 2= SMA/Sederajat, 3= Akademi/Perguruan Tinggi
Status bekerja	Aktivitas bekerja individu meliputi kode 1= Bekerja, 0= tidak bekerja
Kelompok Pengeluaran	Kelas pengeluaran perkapita penduduk per bulan meliputi kode 1= 40% terbawah, 2= 40 % menengah, 3= 20 % teratas

Variabel yang digunakan pada analisis regresi probit terangkum secara rinci pada tabel 1. Model regresi probit yang disusun sebanyak 3 (tiga) buah dengan jenis variabel terikat (Y) yang berbeda-beda namun dengan 1 set variabel bebas yang sama. Variabel terikat yang digunakan meliputi i) Hubungan antara Pengguna Layanan Internet Studi di Pulau Sumatera, ii) Hubungan antara Niat Membeli Studi di Pulau Sumatera, dan iii) Hubungan antara Kepuasan Pengguna Studi di Pulau Sumatera. Studi ini menggunakan satu set variabel bebas yang terdiri dari aspek demografi meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan. Kemudian aspek ekonomi dilihat dari variabel kelompok pengeluaran perkapita per bulan penduduk. Sedangkan aspek kewilayahan dianalisis melalui variabel lokasi tempat tinggal dan sektor lapangan usaha utama menurut Kabupaten/Kota. Seluruh variabel yang digunakan pada studi ini berupa data kategorik seperti yang tercantum pada tabel 1.

Berdasarkan bentuk umum dari model probit dan tabel variabel yang digunakan dalam studi ini, maka model probit yang akan dibentuk terdiri dari:

$$Y_{1i} = \alpha + \beta_{1i} \text{Residensial} + \beta_{2i} \text{Sektor Utama} + \beta_{3i} \text{Jenis Kelamin} + \beta_{4i} \text{Usia} + \beta_{5i} \text{Pendidikan} + \beta_{6i} \text{Status-Bekerja} + \beta_{7i} \text{Pengeluaran} + \epsilon_i$$

$$Y_{2i} = \alpha + \beta_{1i} \text{Residensial} + \beta_{2i} \text{Sektor Utama} + \beta_{3i} \text{Jenis Kelamin} + \beta_{4i} \text{Usia} + \beta_{5i} \text{Pendidikan} + \beta_{6i} \text{Status-Bekerja} + \beta_{7i} \text{Pengeluaran} + \epsilon_i$$

$$Y_{3i} = \alpha + \beta_{1i} \text{Residensial} + \beta_{2i} \text{Sektor Utama} + \beta_{3i} \text{Jenis Kelamin} + \beta_{4i} \text{Usia} + \beta_{5i} \text{Pendidikan} + \beta_{6i} \text{Status-Bekerja} + \beta_{7i} \text{Pengeluaran} + \epsilon_i$$

dimana :

Y1: merupakan pengguna layanan internet

Y₂: merupakan niat pembeli

Y₃: merupakan kepuasan pengguna

i : merupakan unit sampel ke i

α : merupakan intersep

β : merupakan parameter

ε : merupakan nilai error term dari individu ke i

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

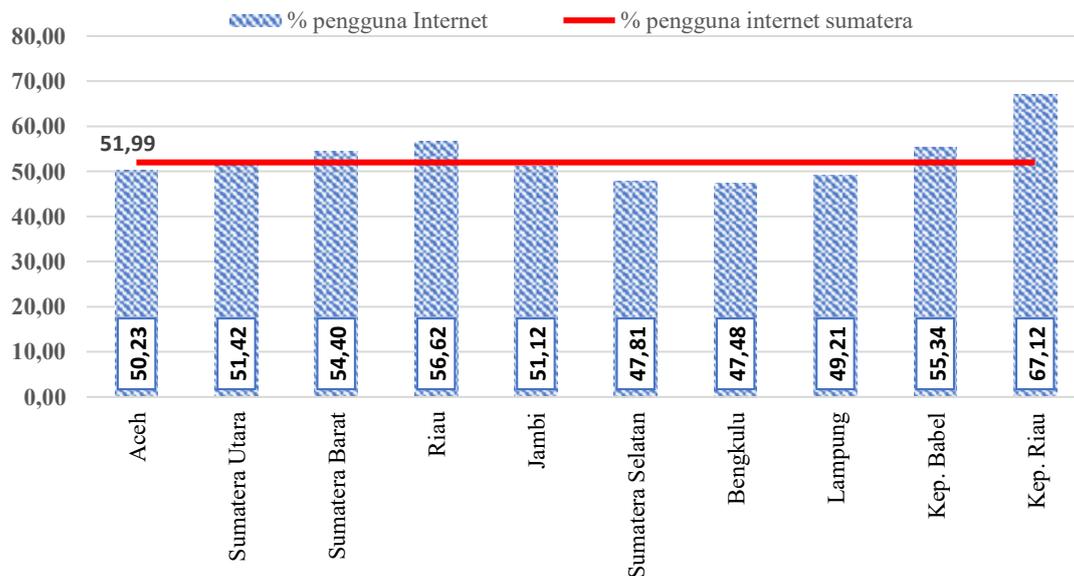
Hubungan antara pengguna layanan internet, niat membeli, dan kepuasan pengguna menjadi relevan dalam konteks perkembangan digitalisasi sektor ekonomi dan keuangan di Indonesia, termasuk di Pulau Sumatera. Meskipun penggunaan internet telah meningkat secara signifikan di Indonesia, termasuk Pulau Sumatera, masih terdapat perbedaan dalam tingkat penetrasi dan pemanfaatan internet di antara kelompok masyarakat. Studi yang mencoba menjelajahi hubungan antara pengguna layanan internet, niat membeli, dan kepuasan pengguna di Pulau Sumatera akan memberikan wawasan yang berharga dalam konteks ini. Dengan memahami bagaimana pengguna layanan internet memengaruhi niat membeli dan kepuasan pengguna, dapat ditemukan solusi untuk meningkatkan pengalaman pengguna internet dalam hal kegiatan ekonomi dan keuangan.

Penelitian tersebut dapat mengeksplorasi sejauh mana pengguna layanan internet di Pulau Sumatera, termasuk ketersediaan, kecepatan, dan keandalannya, mempengaruhi niat membeli pengguna. Selain itu, penelitian tersebut juga dapat mengidentifikasi apakah kepuasan pengguna terhadap layanan internet dapat memengaruhi niat membeli mereka. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana peningkatan pengguna layanan internet di Pulau Sumatera dapat mempengaruhi niat membeli pengguna dan meningkatkan kepuasan pengguna di sektor ekonomi dan keuangan. Hasil penelitian ini dapat memberikan dasar bagi penyedia layanan internet, perusahaan e-commerce, dan pemerintah untuk meningkatkan pengguna layanan internet, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat membeli, dan meningkatkan kepuasan pengguna di Pulau Sumatera.

Hubungan antara pengguna layanan internet dan niat membeli terdapat hubungan positif antara pengguna layanan internet dan niat membeli. Artinya, semakin baik pengguna layanan internet, semakin tinggi niat membeli dari pengguna. Hubungan antara pengguna layanan internet dan kepuasan pengguna terdapat hubungan positif antara pengguna layanan internet dan kepuasan pengguna. Pengguna yang mengalami layanan internet yang berpengguna cenderung lebih puas dengan pengalaman mereka. Hubungan antara niat membeli dan kepuasan pengguna terdapat hubungan positif antara niat membeli dan kepuasan pengguna. Pengguna yang memiliki niat membeli yang tinggi cenderung lebih puas dengan produk atau layanan yang mereka beli.

Sementara itu, berdasarkan hasil pengolahan data susenas tahun 2020 terhadap penduduk usia produktif di Pulau Sumatera menunjukkan bahwa pengguna internet pada kelompok tersebut baru mencapai 51,99 persen. Selain itu, capaian persentase pengguna internet pada

level provinsi di Pulau Sumatera juga masih cukup beragam. Persentase penguasaan internet pada penduduk usia produktif di Pulau Sumatera menurut provinsi disajikan pada gambar 2.

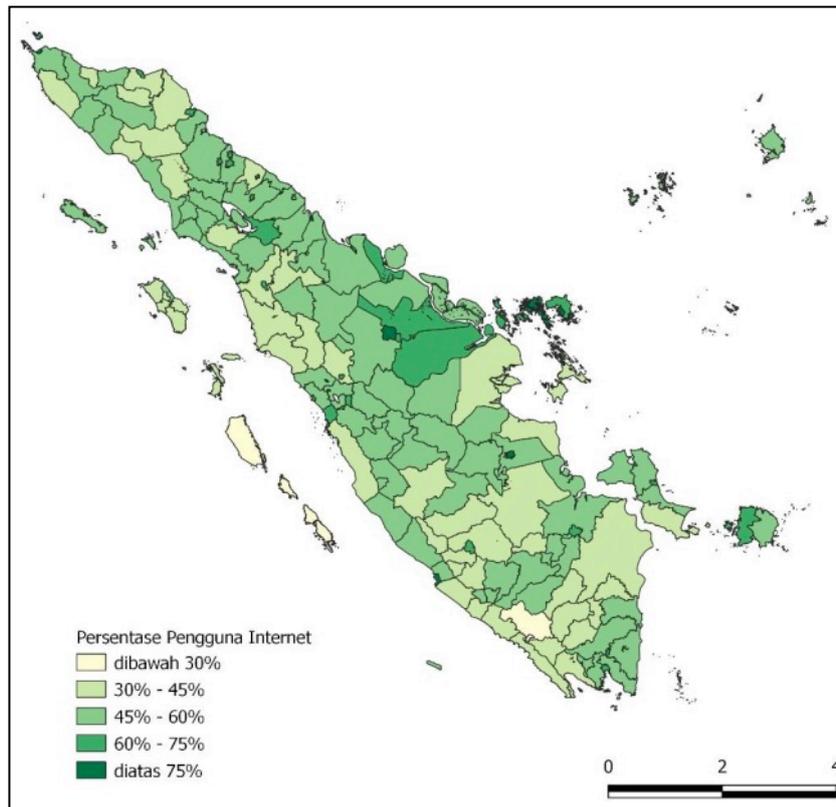


Gambar. 1 Persentase Penduduk Usia Produktif Yang Mengakses Internet Menurut Provinsi Di Pulau Sumatera, 2020

Berdasarkan kurva tersebut, terdapat 4 (empat) provinsi yang telah memiliki persentase pengguna internet di atas rata-rata. Persentase tertinggi terdapat di Provinsi Kepulauan Riau dan Provinsi Riau dengan nilai masing-masing sebesar 67,12 persen dan 56,62 persen. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan yang erat antara pengguna perekonomian wilayah dengan capaian pengguna internet. Hal ini ditunjukkan dengan pesatnya kegiatan ekonomi di kedua provinsi tersebut, yang tercermin dari nilai PDRB perkapita keduanya sebagai yang tertinggi di Pulau Sumatera (BPS,2020). Namun demikian, untuk dapat menarik kesimpulan masih membutuhkan penelitian lebih lanjut.

Sementara itu capaian 6 (enam) provinsi lainnya masih berada di bawah rata-rata capaian Pulau Sumatera. Provinsi dengan capaian pengguna internet terendah terdapat di Provinsi Sumatera Selatan dan Provinsi Bengkulu dengan persentase sekitar 47 persen. Hal ini harus mendapatkan perhatian lebih dari pemerintah mengingat angka ini diperoleh dari sampel penduduk usia produktif yang merupakan aktor utama kegiatan ekonomi. Artinya lebih dari separuh penduduk usia produktif di wilayah tersebut belum terpapar aktivitas yang menggunakan internet.

Kondisi capaian angka provinsi tersebut, tidak serta merta menggambarkan kondisi seluruh kabupaten/kota didalam provinsi tersebut. Berdasarkan perhitungan pada level kabupaten/kota, mayoritas wilayah kota khususnya ibukota provinsi telah memiliki capaian pengguna internet yang cukup tinggi. Gambaran lebih rinci mengenai sebaran capaian pengguna internet pada level kabupaten/kota disajikan melalui analisis spasial. Peta spasial persentase penduduk usia produktif di pulau sumatera yang menggunakan internet menurut kabupaten/kota tahun 2020 disajikan pada gambar 3.



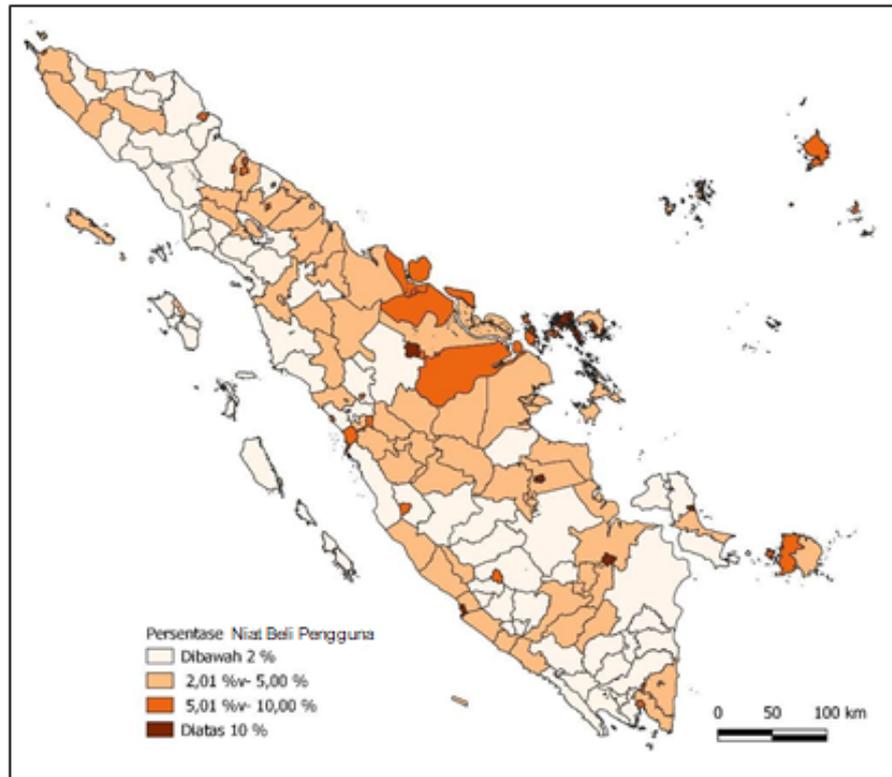
Gambar. 2 Peta Spasial Persentase Penduduk Usia Produktif Yang Mengakses Internet Menurut Kabupaten/Kota Di Pulau Sumatera, 2020

Penelitian "Menjelajahi Hubungan antara Pengguna Layanan Internet, Niat Membeli, dan Kepuasan Pengguna: Sebuah Studi di Pulau Sumatra" memiliki relevansi yang kuat dengan transformasi digital dan keuangan inklusif di sektor ekonomi dan keuangan di Indonesia. Dalam konteks tersebut, penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berharga dalam pemahaman tentang hubungan antara pengguna layanan internet, niat membeli, dan kepuasan pengguna di Pulau Sumatra.

Penggunaan internet yang semakin meluas di Pulau Sumatra telah membuka peluang bagi perkembangan sektor ekonomi dan keuangan secara digital, seperti layanan jual-beli online (e-commerce) dan layanan transaksi keuangan digital. Transformasi digital ini menjadi penting dalam meningkatkan akses dan efisiensi biaya bagi masyarakat dalam mengakses produk dan layanan keuangan formal. Penelitian ini dapat menggambarkan kesenjangan yang terjadi di masyarakat, terutama pada kelompok penduduk usia produktif di Pulau Sumatra, melalui analisis spasial.

Dengan menggabungkan hasil penelitian tentang pengguna layanan internet, niat membeli, dan kepuasan pengguna dengan pemahaman tentang transformasi digital dan keuangan inklusif, dapat terbentuk gambaran yang lebih lengkap tentang tantangan dan peluang dalam meningkatkan akses dan kepuasan konsumen dalam sektor ekonomi dan keuangan di Pulau Sumatra. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengambilan kebijakan yang lebih efektif dalam mengurangi kesenjangan antar individu dan antar daerah serta mempercepat pertumbuhan ekonomi secara inklusif.

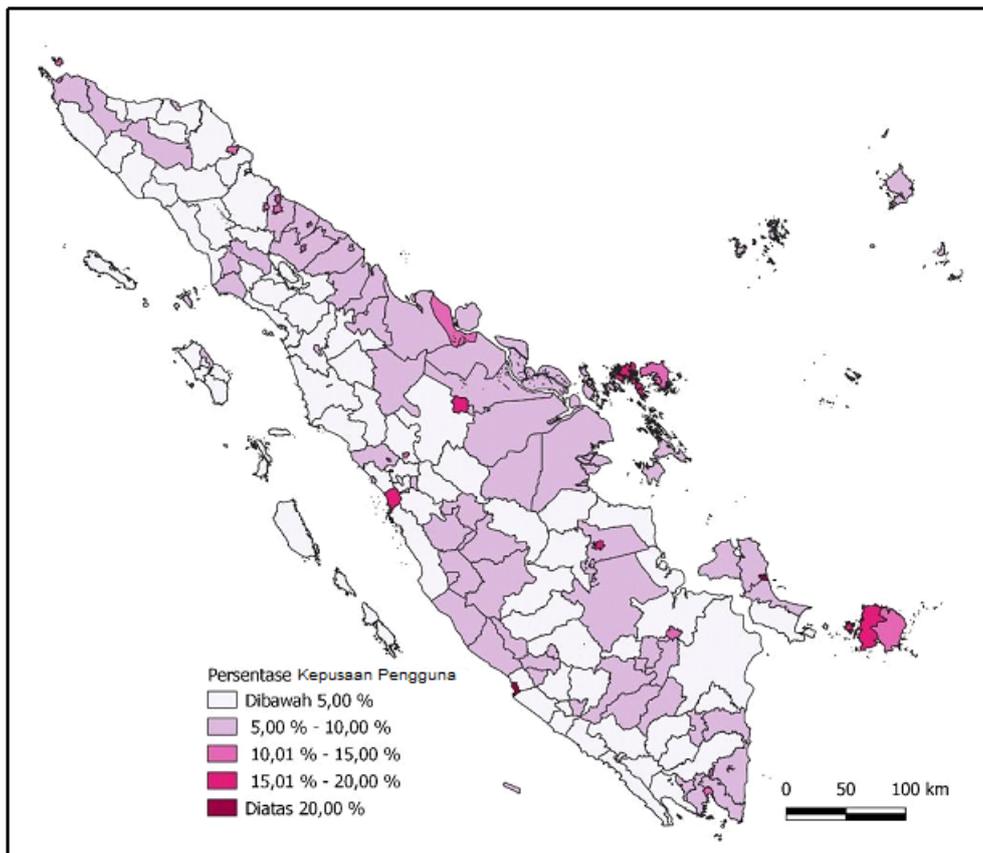
Aktivitas keuangan pada penelitian ini digambarkan menggunakan data pengguna dalam niat membeli. Hal ini dikarenakan keterbatasan data yang ada, khususnya data pemanfaatan fintech. Gambar 4 menyajikan analisis spasial sebaran persentase penduduk usia produktif yang memiliki kegiatan yang konsumtif dalam niat membeli menurut kabupaten/kota di Pulau Sumatera pada tahun 2020. Pada peta spasial tersebut jelas terlihat terjadi ketimpangan pemanfaatan niat beli oleh penduduk usia produktif di Pulau Sumatera. Warna-warna gelap yang menggambarkan persentase pengguna ebanking yang lebih tinggi hanya tampil di beberapa daerah saja khususnya di ibukota provinsi.



Gambar. 3 Peta Spasial Persentase Penduduk Usia Produktif dalam Niat Beli Menurut Kabupaten/Kota Di Pulau Sumatera, 2020

Secara rata-rata, persentase penduduk usia produktif niat beli pengguna di Pulau Sumatera pada tahun 2020 hanya sebesar 3,29 persen. Artinya hanya terdapat 3 sampai 4 orang saja dari 100 orang penduduk usia produktif di Pulau Sumatera yang memiliki niat beli pada tahun 2020. Ketimpangan yang terjadi cukup besar dimana angka tertinggi berada pada 13,63 persen di Kota Bukit Tinggi (Sumatera Barat) dan yang terendah hanya sekitar 0,22 persen di Kabupaten Musi Rawas (Sumatera Selatan). Ketimpangan antara wilayah kabupaten dan kota juga terlihat cukup jelas. Jika diurutkan, dari 20 wilayah dengan persentase niat beli pengguna terbesar di Pulau Sumatera, 19 diantaranya berstatus kota dan hanya 1 wilayah yang berstatus kabupaten. Hal ini memberikan indikasi awal adanya perbedaan perilaku penduduk di wilayah perkotaan dan penduduk di wilayah perdesaan. Selain itu, fenomena ini juga dapat menggambarkan indikasi lain dimana penduduk pada sektor pertanian kurang cenderung untuk memiliki niat beli dibandingkan sektor lain mengingat mayoritas sektor pertanian terdapat di wilayah kabupaten (perdesaan).

Pada sektor ekonomi, kegiatan yang diteliti pada penelitian ini adalah aktivitas jual-beli yang dilakukan masyarakat. Persentase penduduk usia produktif yang memiliki niat beli menggunakan untuk kegiatan di Pulau Sumatera pada tahun 2020 sedikit lebih banyak dibandingkan niat beli pengguna yaitu sebesar 6,75 persen. Artinya terdapat 6 sampai 7 orang dari 100 orang penduduk usia produktif di Pulau Sumatera pada tahun 2020 yang melakukan kegiatan jual-beli. Kabupaten/kota dengan persentase terendah adalah Kabupaten Nias (Sumatera Utara) dengan persentase sebesar 0,47 persen. Sedangkan wilayah dengan persentase tertinggi adalah Kota Padang Panjang (Sumatera Barat) dengan persentase mencapai 22,28 persen. Perbedaan tersebut juga menunjukkan kesenjangan yang cukup besar dari wilayah dengan persentase niat beli pengguna terbesar ke wilayah dengan persentase niat beli pengguna terkecil.



Gambar. 4 Peta Spasial Persentase Penduduk Usia Produktif dalam Kepuasan Pengguna Menurut Kabupaten/Kota Di Pulau Sumatera, 2020

Kesenjangan yang lebih jelas dapat dilihat melalui analisis spasial. Peta sebaran persentase penduduk usia produktif yang dalam kepuasan pengguna menurut kabupaten/kota di Pulau Sumatera pada tahun 2020 ditampilkan pada gambar 4. Perbedaan warna pada peta kabupaten/kota menunjukkan tingkat persentase pengguna dalam kepuasan dari yang terendah ke tertinggi menggunakan gradasi warna terang ke gelap. Warna paling gelap terlihat hanya pada beberapa wilayah saja. Sama halnya dengan kepuasan pengguna, pada kepuasan 19 dari 20 wilayah dengan persentase pengguna tertinggi juga berstatus kota dan hanya 1 wilayah yang berstatus kabupaten. Selain itu, mayoritas dari kota-kota tersebut

adalah ibukota provinsi. Hal ini sangat beralasan mengingat infrastruktur yang menghasilkan kepuasan hingga layanan lebih banyak tersedia di wilayah perkotaan.

Selain dilihat secara parsial, penelitian ini juga mencoba melihat pola kepuasan pengguna secara simultan. Kategori inklusinya adalah penduduk usia produktif yang puas dalam menggunakan internet. Secara rata-rata, persentase penduduk usia produktif pengguna internet dalam kepuasan di Pulau Sumatera pada tahun 2020 hanya sebesar 1,53 persen. Angka tersebut menunjukkan bahwa penduduk usia produktif di Pulau Sumatera yang telah terlibat dalam transformasi pada sektor ekonomi dan keuangan hanya sekitar 1 sampai 2 orang dari 100 orang penduduk usia produktif.

Tabel. 2 Karakteristik Sampel Menurut Penggunaan Internet, Niat Beli, dan Kepuasan Pengguna.

Karakteristik	Persentase Pengguna (%)			Jumlah Observasi
	Penggunaan internet	Niat beli	Kepuasan pengguna	
Lokasi Tempat Tinggal				
Perdesaan	1,52	4,04	0,61	147.221
Perkotaan	6,17	11,14	3,02	90.862
Sektor ekonomi Utama				
Pertanian	1,72	4,42	0,76	92.191
Non-pertanian	4,28	8,22	2,01	145.892
Generasi				
Millennials (Gen-Y)	4,74	9,86	2,52	84.409
Generasi Z	1,94	8,48	1,04	55.447
Generasi X	2,81	3,10	0,95	98.227
Jenis Kelami				
Perempuan	2,96	8,43	1,68	119.364
Laki-laki	3,62	5,06	1,37	118.719
Jenjang Pendidikan				
SMP Kebawah	0,51	2,08	0,20	118.528
SMA sederajat	3,04	8,03	1,31	86.863
Perguruan Tinggi	14,03	20,27	6,92	32.692
Status Bekerja				
Tidak Bekerja	1,48	5,88	0,73	81.463
Bekerja	4,23	7,20	1,94	156.620
Kelompok Pengeluaran				
40% Terbawah	0,45	2,33	0,16	94.310
40% Menengah	2,43	6,66	1,02	106.409
20% Teratas	12,92	18,15	6,43	37.364
Total observasi	3,29	6,75	1,53	238.083

Uji signifikansi model menggunakan Likelihood Ratio (LR) dilakukan untuk menguji apakah semua variabel bebas secara bersama-sama (serentak) mempengaruhi variabel

terikat. Tabel 3 menunjukkan nilai Wald Chi2 ketiga model cukup besar dengan prob>Chi2 yang sangat kecil (dibawah 0,05). Nilai ini mengindikasikan bahwa secara serentak, variabel bebas dalam model dapat menjelaskan variabel terikat pada ketiga model yang diteliti. Pada tabel 3 juga ditampilkan nilai Pseudo R2 untuk mengukur goodness of fit antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai output Pseudo R2 menunjukkan bahwa variabel bebas pada ketiga model mampu menjelaskan variabel terikat masing-masing 27,15 persen pada model 1; 19,33 persen pada model 2 dan 26,23 persen pada model 3. Akan tetapi, nilai Pseudo R2 tidak dapat langsung menyimpulkan baik atau tidaknya suatu model karena nilai tersebut bukan merupakan parameter alami melainkan parameter tiruan (semu) untuk menggambarkan R2 seperti pada OLS (Greene, 2020). Hal yang perlu diperhatikan adalah nilai dan arah koefisien serta signifikansi dari variabel- variabel bebas dalam model. Apabila variabel menunjukkan hasil yang signifikan dengan arah yang sejalan dengan teori maka model tersebut layak dikategorikan baik secara statistik (Gujarati, 2014).

Tabel. 3 Hasil Uji Signifikansi Model Probit Penggunaan Internet, Niat Beli, dan Kepuasan Pengguna.

Variabel	Model 1	Model 2	Model 3
(1)	(2)	(3)	(4)
Wald chi2(10)	12216.37	18244.89	6575.66
Prob > chi2	0.0000	0.0000	0.0000
Pseudo R ²	0.2715	0.1933	0.2623

Selanjutnya, hasil estimasi model probit yang menunjukkan arah dan nilai koefisien, signifikansi. Hasil estimasi model probit tersebut akan menjelaskan pengaruh karakteristik individu dan variabel lain yang diteliti terhadap perilaku penggunaan ebanking, ecommerce, dan keduanya. Model 1 digunakan untuk melihat pengaruh keragaman karakteristik individu dan variabel kontrol lain yang diteliti terhadap perilaku penggunaan internet pada penduduk usia produktif di Pulau Sumatera. Selanjutnya, model 2 digunakan untuk melihat pengaruh keragaman karakteristik individu dan variabel kontrol lain yang diteliti terhadap perilaku niat beli penggunaan pada penduduk usia produktif di Pulau Sumatera. Sedangkan pengaruh keragaman karakteristik individu dan variabel kontrol lain yang diteliti terhadap perilaku kepuasan pengguna digambarkan pada model 3.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian "Menjelajahi Hubungan antara Pengguna Layanan Internet, Niat Membeli, dan Kepuasan Pengguna: Sebuah Studi di Pulau Sumatra", dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sebaran pengguna layanan internet secara spasial di pulau sumatra, pengguna layanan internet, termasuk pengguna ecommerce, cenderung terkonsentrasi di wilayah perkotaan.

Pola sebaran ini menunjukkan bahwa aksesibilitas terhadap layanan internet masih lebih baik di wilayah perkotaan dibandingkan dengan daerah perdesaan.

2. Ketimpangan pengguna layanan internet terdapat ketimpangan yang signifikan antara wilayah kabupaten/kota di pulau sumatra terkait penggunaan internet, niat beli serta kepuasan dalam wilayah dengan sektor ekonomi utama non-pertanian, wilayah perkotaan, generasi milenial, dan penduduk yang bekerja memiliki peluang yang lebih besar untuk mengakses layanan penggunaan internet, niat beli serta kepuasan pengguna.
3. Faktor determinan penggunaan layanan internet karakteristik individu seperti pendidikan dan status ekonomi rumah tangga memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan internet, niat beli serta kepuasan pengguna. Selain itu, jenis kelamin juga mempengaruhi preferensi penggunaan layanan, di mana perempuan cenderung lebih memiliki niat beli tinggi dan laki-laki lebih cenderung menggunakan memfokuskan kepuasan dalam penggunaan.
4. Transformasi penggunaan di masyarakat perdesaan untuk meningkatkan penggunaan internet pada sektor ekonomi dan keuangan, perlu diprioritaskan upaya penetrasi internet dan literasi digital di kalangan masyarakat perdesaan. Hal ini bertujuan untuk mengurangi ketimpangan digitalisasi yang masih terjadi antara wilayah perkotaan dan perdesaan.

6. SARAN

Penelitian ini memberikan gambaran yang penting tentang hubungan antara pengguna layanan internet, niat membeli, dan kepuasan pengguna di Pulau Sumatra. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan kebijakan dan strategi untuk meningkatkan aksesibilitas, adopsi, dan kepuasan pengguna terhadap layanan internet di wilayah tersebut.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2020a). Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2020. Retrieved from <http://apjii.or.id/content/read/39/396/Survei-APJII-Penetrasi--Profil-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2020>
- BPS. (2020b). Proporsi Individu yang menggunakan internet menurut provinsi (Persen). Retrieved from <https://bps.go.id/indicator/27/1225/1/proporsi-individu-yang-menggunakan-internet-menurut-provinsi.html>
- BPS. (2020c). Ringkasan Eksekutif Pengeluaran Dan Konsumsi Penduduk Indonesia 2020.
- Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia. (2020). Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 114 Tahun 2020 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif. https://jdih.setneg.go.id/PUUdoc/176193/Perpres_Nomor_114_Tahun_2020.pdf

- Lin, C. H., & Yang, C. F. (2020). The Influence of Internet Service Quality on Customer Satisfaction and Purchase Intention: The Role of Perceived Risk and Trust. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 37-47.
- Murari, K., Bhatt, V., Kumar, P. J. J. o. P. S., & Systems. (2020). Does socio-demography affect preferences and concerns towards cashless payment? evidence from the north-eastern region of India. 14(3), 207-222.
- Nasution, M. N., Hutahaeen, S., & Simanjuntak, M. (2018). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Customer Trust on Customer Satisfaction (A Case Study of Online Transportation Users in Sumatera Island). *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 203, 134-140.
- Pradana, M. (2017). Klasifikasi bisnis e-commerce di Indonesia. *MODUS*, 27, 163-174.
- Prasetio, A., Ashoer, M., Hutahaeen, J., Simarmata, J., Samosir, R. S., Nugraha, H., . . . Irdawati, I. (2021). *Konsep Dasar E-Commerce: Yayasan Kita Menulis*.
- Romindo, R., Muttaqin, M., Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., . . . Simarmata, J. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya: Yayasan Kita Menulis*.
- Susenas. (2020). *Sistem Informasi Sensus Penduduk 2020*. Retrieved from <https://sirusa.bps.go.id/sirusa/pencarianPublikasiUtama.xhtml>
- Tan, S. J., & Wong, S. F. (2021). The Effect of Internet Service Quality on Customer Satisfaction and Purchase Intention: Evidence from Online Retailers in Malaysia. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(2), 289-297.