

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Internet merupakan teknologi yang telah merevolusi dunia komputer dan komunikasi dengan perkembangan yang sangat pesat. Teknologi sekarang ini sangat berpengaruh disegala aktivitas kehidupan, salah satu aktivitas kehidupan yang dipengaruhi oleh teknologi adalah bisnis [1]. Bisnis di suatu organisasi telah mengarah pada efektifitas dan efisiensi dalam upaya memuaskan pengguna dan membantu pengguna sistem/teknologi tersebut dalam mencapai tujuan mereka [2].

Sektor bisnis jual beli merupakan salah satu sektor bisnis yang terdampak pada kemajuan teknologi saat ini sehingga muncul adanya teknologi *Electronic Commerce (E-Commerce)*. *E-Commerce* adalah bisnis yang menggunakan teknologi informasi dalam menjalankan penjualan, transaksi, dan kegiatan-kegiatan dasar lain untuk efisiensi bisnis dalam menyediakan produk dan layanan kepada pengguna/pelanggan [3][4]. Melalui kegiatannya, setiap perusahaan berkomunikasi dan menjalin hubungan dengan banyak entitas lain seperti klien pribadi atau perusahaan, mitra bisnis, pemasok dan lain sebagainya [5].

Salah satu *E-Commerce* besar yang ada di Indonesia adalah Tokopedia. Sejarah Tokopedia dimulai pada tanggal 17 Agustus 2009 dengan diluncurkannya situs Tokopedia oleh foundernya William Tanuwijaya yang saat ini telah menjabat sebagai CEO PT Tokopedia bersama rekannya Leontinus Alpha Edison yang saat ini menjabat sebagai CTO PT Tokopedia [6]. Tercatat pada tahun 2018 Tokopedia telah memiliki lebih dari 90 juta pengguna aktif per bulannya diseluruh Indonesia melalui data estimasi yang dilakukan oleh LPEM FEB UI [7].

Selain itu Tokopedia menjadi platform dengan pengunjung bulanan terbanyak pada kuartal I/2019, atau 137 juta kunjungan, informasi ini berdasarkan peta e-commerce yang disusun iPrice [8]. Namun pada tahun ini seperti yang dikutip dari laman *Media Indonesia* dan laman *suara.com*, Perusahaan riset pasar Ipsos Indonesia merilis pernyataan pers mengatakan bahwa *Shopee* menjadi *e-commerce* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat selama kurtal empat 2021. Berdasarkan indikator

BUMO (*Bran, Use, Most, Often*) 54% responden memilih *Shopee*, 30% responden memilih *Tokopedia*, dan *Lazada* sebesar 13% [9][10].

Menurut hasil riset kredivo dan Katadata, saat ini di Indonesia sebanyak 85% transaksi pada *e-commerce* dilakukan oleh konsumen dengan rentang usia 18-35 thn, selain itu, generasi Z dan Milenial juga banyak menghabiskan gajinya untuk berbelanja di *e-commerce* sekitar 3-5% dari pendapatan bulanan mereka. Semakin muda, rasio pendapatan bulanan yang mereka belanjakan semakin besar [11][12].

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Bismaranti, menunjukkan bahwa variabel *Usability* dan *User Interface* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat *User Experience* [13], dimana menurut penelitian yang dilakukan oleh Wongso *User Experience* mempengaruhi Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan [14]. Penelitian terdahulu menemukan beberapa masalah terkait *loading* aplikasi yang lama dan konfirmasi atau verifikasi pembayaran yang yang lama serta bermasalah pada pencarian aplikasi Tokopedia, kesimpulan yang didapatkan juga mengatakan bahwa aplikasi tokopedia memiliki tingkat kebergunaan yang berada dibawah Bukalapak dan memiliki tingkat kepuasan yang terendah diantara Buka Lapak dan Shopee [15].

Usability adalah atribut kualitas yang mengukur seberapa mudah antarmuka pengguna dalam suatu sistem digunakan [16]. Dalam teori *Human-Computer Interaction*, *Usability* merupakan metode dan indikator penting bagi sebuah aplikasi untuk bertahan hidup karena mengacu pada kualitas dari antarmuka pengguna [17][18]. Jika sebuah aplikasi sulit untuk digunakan dan tidak jelas hal apa yang ditawarkan oleh perusahaan (Barang atau Jasa) serta tidak jelas apa yang dapat dilakukan pengguna dalam aplikasi tersebut, pengguna akan berhenti menggunakan aplikasi tersebut [19].

Menurut Nielsen (2012), *Usability* adalah atribut kualitas untuk menilai tingkat kemudahahan penggunaan suatu sistem [20]. Nielsen menjabarkannya dalam 5 kualitas komponen yaitu *Learnability*, *Efficiency*, *Memorability*, *Error* dan *Satisfaction* [21]. *Learnability* mengacu pada kemudahan pengguna menggunakan aplikasi pada saat pertama kali aplikasi tersebut digunakan, *efficiency* mengacu pada seberapa cepat pengguna mencapai tujuannya saat menggunakan aplikasi tersebut, *memorability* mengacu pada kemudahan pengguna melakukan tugas ketika mereka sudah lama tidak menggunakan aplikasi saat menggunakan aplikasi tersebut, *error*

mengacu pada banyaknya kesalahan yang dilakukan oleh pengguna saat menggunakan aplikasi tersebut dan *satisfaction* mengacu pada seberapa puas pengguna saat menggunakan aplikasi [22].

Selain itu, pengukuran *usability* yang baik terhadap sebuah aplikasi dapat memberikan indikator terkait tingkat kemudahan dan efisiensi dari sebuah aplikasi. Terdapat beberapa *Quality Models* seperti *McCall* (1977), *FURPS* (1987), *Capability Maturity Models* (1989), *IEEE* (1992), *Dromey* (1995), *ISO* (1991,1998,2001), *USE Questionnaire* (2001) yang diberikan oleh para peneliti dan pakar, yang menjelaskan *usability* sebagai atribut kualitas yang sangat diperlukan untuk pengembangan sistem perangkat lunak yang berkualitas [23].

1.2. Masalah Penelitian

Tokopedia sempat menjadi Aplikasi yang memiliki kunjungan terbanyak pada kuartal I/2019 tetapi pada kuartal IV tahun 2021 aplikasi Tokopedia berada pada posisi kedua selain itu, kualitas aplikasi *E-commerce* yang baik hal kemudahan penggunaan dinilai dapat mempengaruhi minat dan loyalitas pengguna dalam menggunakan sebuah aplikasi. Oleh karena itu nilai *Usability* pada aplikasi *mobile* Tokopedia perlu diketahui.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

- A. Bagaimana nilai *Usability* aplikasi *Mobile* Tokopedia jika diukur dengan menggunakan *USE Questionnaire*?
- B. Apa sajakah rekomendasi terhadap temuan dari nilai *USE Questionnaire Usability* Aplikasi *Mobile* Tokopedia?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian adalah sebagai berikut :

- A. Untuk mengetahui nilai *Usability* pada Aplikasi *Mobile* Tokopedia terhadap pengguna Aplikasi *Mobile* Tokopedia.
- B. Memberikan rekomendasi terkait hasil temuan nilai *Usability* pada Aplikasi *Mobile* Tokopedia.

1.5. Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan pada penelitian ini adalah :

- A. Analisis dilakukan pada pengguna Aplikasi *Mobile* Tokopedia.
- B. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan *USE Questionnaire*.

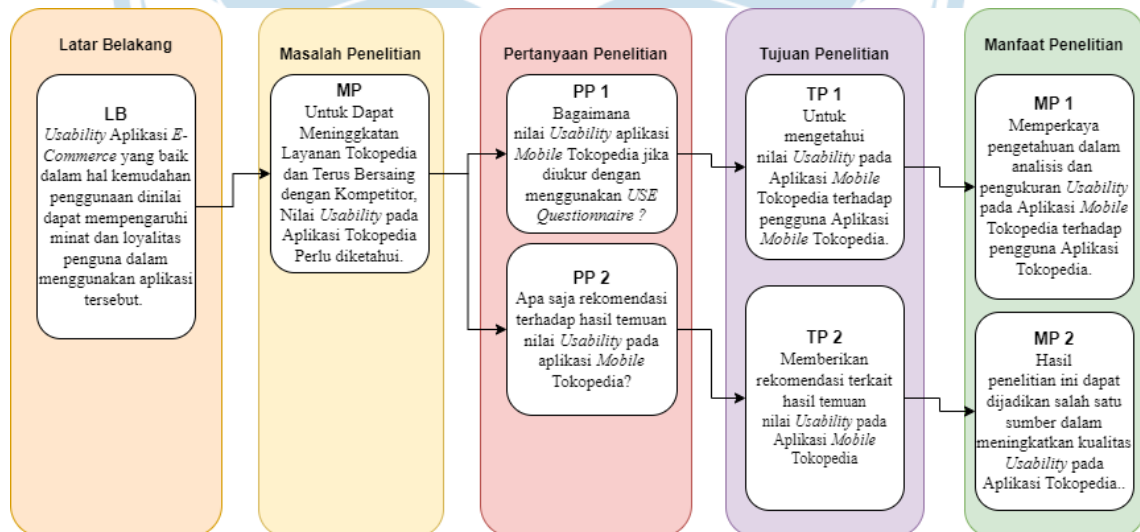
1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

- A. Memperkaya pengetahuan dalam analisis dan pengukuran *Usability* pada Aplikasi *Mobile* Tokopedia terhadap pengguna Aplikasi *Mobile* Tokopedia .
- B. Hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu sumber dalam meningkatkan kualitas *Usability* pada Aplikasi *Mobile* Tokopedia.

1.7. Bagan Keterkaitan

Berikut ini merupakan bagan keterkaitan yang dapat menghubungkan keterkaitan latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian yang terdapat dalam gambar 1.7.1.



Gambar 1. 1 Bagan Keterkaitan