

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dianggap berhasil jika mampu meningkatkan kapasitas, kemampuan dan potensi manusia secara menyeluruh. Teknologi digital untuk kemanusiaan hadir untuk mendorong penggunaan kekuatan alat dan sistem berbasis teknologi digital guna memperbaiki dan meningkatkan berbagai aspek kehidupan manusia. Penerapan elektronik, perangkat lunak, dan analisis data untuk memecahkan masalah dan meningkatkan kesejahteraan manusia. Namun, kemajuan teknologi digital tidak terlepas dari kekhawatiran, kecemasan terhadap pesatnya perkembangan kecerdasan buatan (AI) dalam teknologi digital. Kecemasan tersebut timbul dari penggunaan teknologi kecerdasan buatan yang tidak terkendali. Mo Gowdat dalam bukunya “*Scary Smart*” (Pan Macmillan, 2022) memberikan analogi bahwa perkembangan pesat teknologi digital saat ini seperti membesarkan seorang superboy. Dunia akan berada dalam situasi yang berbeda jika superboy tersebut tidak diasuh dengan baik. Dalam perspektif yang telah diuraikan, terlihat jelas bahwa perkembangan teknologi digital tidak hanya menimbulkan dampak besar, tetapi juga menciptakan tantangan dan peluang yang perlu dipahami dengan baik.

Dalam era digital yang terus berkembang pesat, muncul lah aplikasi *e-commerce* yang menjadi salah satu sarana utama bagi masyarakat untuk berbelanja secara *online*. Tingkat penyebaran aplikasi *e-commerce* memiliki pengaruh besar pada kehidupan sehari-hari bagi penggunaannya. Pada tahun sebelumnya, hampir seluruh pengguna internet di Indonesia, mendapati 88% telah melakukan pembelian produk secara *online* (Salsabilah dkk, 2023). Aplikasi *e-commerce* mewujudkan keterjangkauan yang luas seperti bisnis, peminjaman uang, pertukaran barang, pembelian barang dalam jejaring social. Perkembangan teknologi informasi telah digunakan di berbagai segi kehidupan. Baik itu dari bidang teknologi, bidang kesehatan, bidang pendidikan, dan bahkan bidang pemasaran sudah menggunakan teknologi. *Mobile commerce* memungkinkan konsumen dan pebisnis untuk membeli, melacak, serta memperoleh barang dan jasa dengan aman melalui teknologi seluler. *Mobile commerce* menggunakan perangkat mobile untuk menyelesaikan transaksi kapan dan dimana saja melalui perangkat yang tersambung dengan jaringan internet. Penelitian ini diharapkan

memberikan manfaat bagi aplikasi Shopee dalam *meningkatkan* kualitas layanan mereka. Diharapkan aplikasi *e-commerce* dapat terus berkembang dan memberikan pengalaman belanja *online* yang memuaskan.

Kemunculan aplikasi Shopee yang menjadi salah satu aplikasi *e-commerce* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat sangat berpengaruh pada *mindset* masyarakat yang merasa dimudahkan dalam memperoleh kebutuhan melalui layanan aplikasi tersebut. Dengan adanya perubahan pada perkembangan teknologi dari tahun ke tahun, tren pemasaran digital akan terus menerus ditingkatkan guna membuat konsumen merasa mendapatkan hasil yang memuaskan. Pertumbuhan pasar *e-commerce* di Indonesia terus menerus meningkat setiap tahunnya. Banyak dari konsumen yang dari sebelumnya tidak pernah menggunakan aplikasi berbasis *online* kini sudah bertahap menggunakan aplikasi belanja *online* tersebut, mulai dari ibu kota hingga ke pelosok desa. Dengan adanya aplikasi belanja *online* tentunya sangat membantu pengguna untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan bagi penggunanya, tanpa harus dating langsung ke toko, pasar, serta *supermarket*. Dengan hadirnya aplikasi Shopee tentunya masyarakat merasa di fasilitasi dalam proses berbelanja. Aplikasi Shopee dianggap mampu mengoptimalkan kenyamanan pengguna sehingga tidak perlu susah untuk keluar rumah. Indonesia termasuk negara yang paling sering mengunjungi aplikasi Shopee dibandingkan dengan negara-negara lain yang menggunakan aplikasi tersebut.

Berdasarkan permasalahan diatas, peneliti memutuskan untuk menganalisa aplikasi Shopee, untuk menggunakan data dari pengguna melalui kuesioner. Penulis akan mendapati pengalaman pengguna aplikasi Shopee guna mendapati aspek mana yang lebih baik serta aspek mana yang harus ditingkatkan dari segi pengalaman pengguna tersebut.

Metode analisis *user experience* menjadi salah satu instrumen yang efektif dalam menganalisa interaksi antara pengguna dan aplikasi. Salah satu metode yang telah terbukti memberikan hasil yang kompeherensif adalah *User Experience Questionnaire (UEQ)*. *UEQ* memberikan pandangan holistic terhadap berbagai aspek pengalaman pengguna, mulai dari kegunaan, estetika, hingga tingkat kepuasan. *UEQ* adalah kuesioner yang berfungsi sebagai alat ukur tingkat user experience pada suatu sistem atau produk, yang memberikan evaluasi secara cepat dan efisien (M. Schrepp, A. Hinderks and J. Thomaschewski, 2014). *UEQ* dirancang untuk mengukur user experience melalui tiga kategori utama, aspek pragmatis, hedonis, dan daya Tarik. Ketiga kategori aspek tersebut memiliki enam aspek yang diukur, yaitu daya Tarik (*attractiveness*), efisiensi (*efficiency*), kejelasan (*perspicuity*), ketepatan (*dependability*), stimulasi (*stimulation*), dan

kebaruan (*novelty*). UEQ terdiri dari 26 pernyataan yang mengevaluasi aspek-aspek ini. Data dari UEQ diolah menggunakan UEQ data analysis tool yang tersedia pada website.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, rumusan masalah yang akan dibahas yaitu:

1. Bagaimana tingkat user experience pada aplikasi Shopee menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ) ?
2. Apa hasil evaluasi user experience pada aplikasi Shopee berdasarkan pengukuran User Experience Questionnaire (UEQ)?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan jelas, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada permasalahan sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee.
2. Penelitian ini dibatasi pada wilayah Palembang.
3. Menggunakan google form sebagai pembuatan dan penyebaran kuesioner secara online.
4. Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah teknik simple random sampling.
5. Penelitian ini menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ).
6. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis hasil pengalaman pengguna aplikasi Shopee menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ).
2. Mengukur level UX terhadap layanan aplikasi Shopee.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memecahkan masalah dan menemukan solusi yang efektif untuk aplikasi Shopee.
2. Menjadi bahan pertimbangan bagi pihak aplikasi Shopee untuk mengembangkan teknologi serta inovasi baru.

1.6 Metodologi Penelitian

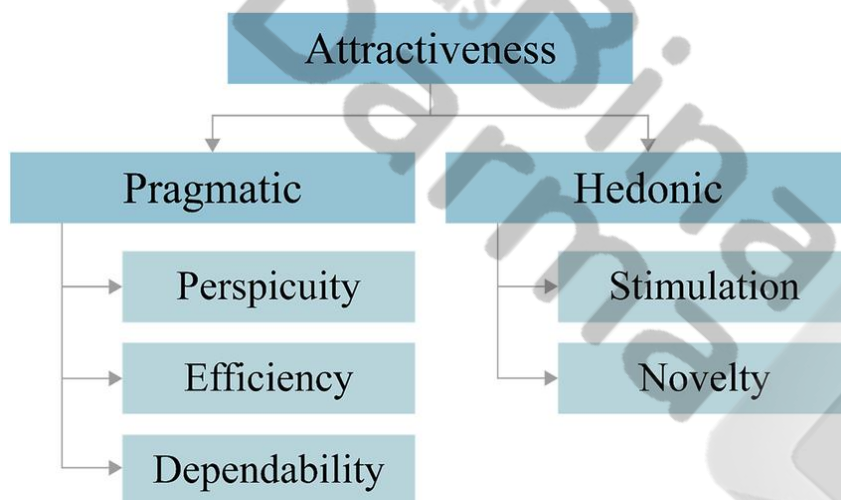
1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan studi literature, observasi, dan kuesioner. Studi literatur dilakukan dengan mempelajari berbagai referensi yang berkaitan dengan permasalahan ataupun objek dalam penelitian ini. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan pada aplikasi Shopee untuk mengumpulkan informasi serta data yang dibutuhkan. Kemudian dilakukan penyebaran kuesioner yang berisi daftar pertanyaan dan dibagikan kepada pengguna aplikasi Shopee secara *online* dengan menggunakan *google form*.

1.6.2 Metode Evaluasi

User Experience Questionnaire (UEQ) merupakan kuesioner yang didasarkan pada gagasan bahwa UX dapat diukur dengan mempertimbangkan tujuh kegunaan (*usability*) dan tujuan pengalaman pengguna (*user experience*). Model *User Experience Questionnaire (UEQ)* memungkinkan pengukuran pengalaman pengguna yang cepat. Sejumlah pertanyaan penelitian yang berbeda dapat dijawab dengan pengukuran kuantitatif pengalaman pengguna produk dengan UEQ. Selain itu, UEQ juga dapat digunakan untuk mengukur perbandingan pengalaman pengguna dari dua produk, seperti perbandingan versi yang didesain ulang (*redesign product*), ataupun membandingkan suatu produk dengan produk milik pesaing. Produk dapat dibandingkan relative mudah dengan perbandingan statistik dari dua pengukuran UEQ. Dengan demikian, analisis UEQ dari kedua produk atau kedua versi produk dibandingkan berdasarkan setiap skala UEQ (Schrepp, 2019). UEQ terdiri dari 26 item pertanyaan berdasarkan 6 skala pengukuran :

1. *Attractiveness* : Kesan pengguna terhadap produk secara keseluruhan.
2. *Perspiciuity* : Kemudahan pengguna untuk membiasakan diri dalam menggunakan produk.
3. *Effeciency* : Kemampuan pengguna untuk menyelesaikansuatu tugas tanpa memerlukan waktu yang lama dan usaha yang besar.
4. *Dependability* : Tingkat kontrol yang dirasakan oleh pengguna dalam interaksi.
5. *Stimulation* : Tingkat motivasi dan keterikatan pengguna menggunakan produk.
6. *Novelty* : Tingkat kreativitas dan inovasi sebuah produk yang dapat menarik perhatian pengguna.



Gambar 1.1 Skala pengukuran UEQ (ScaleStructur 2021)

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan laporan, pembahasan terbagi menjadi 5 bab, Berikut gambaran umum pokok pembahasan yang dibahas pada tiap-tiap bab tersebut.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan pada penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi dasar-dasar teori berkaitan dengan analisis pengalaman pengguna (user experience) menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) serta materi lainnya yang digunakan dalam penelitian skripsi.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi uraian metode dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian, mencakup metode pengumpulan data, dan model yang digunakan dalam melakukan analisis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi profil singkat dari aplikasi Shopee dan hasil pembahasan dari analisis pengalaman pengguna (user experience) pada aplikasi Shopee dengan menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ).

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang diberikan oleh penulis berdasarkan pembahasan dari setiap bab-bab sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA