

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern saat ini, teknologi dan manusia sudah tidak bisa dipisahkan, teknologi telah membantu manusia dalam berbagai aktivitas dan pekerjaan sehari-hari, di antara berbagai aktivitas manusia, belanja adalah salah satu aktivitas yang di mana teknologi berperan dalam mempermudah manusia dalam memilih dan juga membeli suatu barang, disaat itu ketika ingin berbelanja maka kita harus mengunjungi toko untuk bukan hanya membeli tapi juga memilih ataupun mengecek suatu barang yang kita inginkan, namun dengan adanya teknologi kita tidak perlu mendatangi ke toko langsung, cukup dengan menggunakan piranti yakni handphone maupun laptop atau komputer bisa mengakses maupun membeli barang dengan mudah dan cepat.

Dengan kemudahan ini, membuat para pelaku usaha mulai berbondong mengembangkan sistem aplikasi mereka sendiri, untuk memberikan kemudahan serta kenyamanan para konsumen dalam berbelanja. Dan juga di masa pandemi seperti saat ini, membuat aktivitas belanja terpaksa tidak bisa dilakukan dengan mengunjungi langsung ke toko tersebut, hal ini berdampak juga bagi pelaku usaha yang bisa mengurangi pendapatan mereka, Mengutip sebuah survei yang dilakukan oleh perusahaan e-commerce enabler Bernama SIRCLO dan Katadata Insight Center [1] merilis laporan yang berjudul "Navigating Indonesia's E-Commerce: Omnichannel the Future of Retail". dijelaskan bahwa selama pandemi membuat 17,5% konsumen offline kini mulai beralih dengan belanja secara online, dan konsumen yang memilih belanja online secara eksklusif meningkat dari 11%, sebelum pandemi menjadi 25,5% di awal 2021, dan lebih menariknya lagi 74,5% konsumen yang tetap berbelanja secara offline dan online dimasa pandemi lebih banyak yang melakukannya secara online. Dalam hal ini membuat perusahaan kian adaptif dalam menerapkan strategi bisnis mereka termasuk dengan cara mengembangkan aplikasi mereka sendiri.

Berdasarkan hasil laporan [1] membuat peneliti tertarik terhadap salah satu aplikasi belanja online yang ingin penulis teliti yakni IKEA Mobile Indonesia, IKEA Mobile Indonesia sebuah aplikasi yang dikembangkan oleh perusn peritel asal Swedia yang berfokus pada penjualan furnitur siap rakit, dan IKEA mengembangkan aplikasi ini untuk mengapai dan mengaet konsumen lebih luas yang mencakup keseluruhan wilayah yang ada di Indonesia, dimana tidak semua toko fisik mereka ada diseluruh wilayah Indonesia dan juga hanya ada di beberapa lokasi dipulau Jawa.

Dengan serta merta dikembangkan suatu aplikasi bukan berarti akan bebas dari bug maupun hambatan yang membuat pengguna merasakan ketidaknyamanan dalam mengakses, dengan masih banyak penilaian pengguna yang telah menginstal dengan memberikan ulasan yang buruk seperti, kurang responsive, masih adanya lag, hal ini membuat konsumen merasa frustrasi dan kecewa sehingga pengalaman pengguna sangat terganggu dan rasa ketidakpuasan. Maka dalam hal ini, peneliti sangat tertarik untuk menganalisis *User Experience* atau *UX* dengan objek penelitian yakni aplikasi IKEA Indonesia. Dan alasan dipilihnya objek ini yakni aplikasi tersebut bisa menjadi prospek bagus untuk perusahaan IKEA ini, alasan lainnya tidak banyak penelitian yang menggunakan aplikasi IKEA Indonesia sebagai objek penelitian. Dalam menganalisis *User Experince* penulis menggunakan aspek *usability*, yang mengacu pada *usability* menurut Jakob Nielsen. Ada beberapa tingkat pengukuran yang umum digunakan yakni: *learnability*, *effeciency*, *memorability*, *errors* dan *satisfaction*. Diharapkan melalui uji *usability* yang dilakukan ini dapat meningkatkan nilai *usability* dari aplikasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perlu merumuskan suatu masalah yang akan dibahas pada penelitian ini, yakni sebagai berikut :

1. Bagaimana *user experience* Aplikasi Mobile IKEA Indonesia dengan pendekatan aspek ketergunaan (*Usability*)?
2. Bagaimana tingkat (*rate*) *Usability* Aplikasi mobile IKEA Indonesia?

3. Indikator apa saja yang perlu ditingkatkan di Aplikasi Mobile IKEA Indonesia?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak ada penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah, maka peneliti akan memberikan batasan masalah agar hasil yang ingin dicapai optimal dan lebih terarah, dengan ini peneliti berfokus pada pendekatan *Usability* dari teori Jacob Nielsen yang menggunakan lima aspek yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors*, dan *satisfaction*. Analisis user experience dengan menggunakan metode kuisioner kepada para pengguna aplikasi IKEA Mobile Indonesia dan juga Merancang sebuah Prototipe.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan diperoleh dari penelitian ini yaitu :

- a) Untuk mengetahui ketergunaan (*Usability*) dari Aplikasi Mobile IKEA Indonesia.
- b) Untuk Mengetahui Indikator apa saja yang perlu ditingkatkan dalam penggunaan Aplikasi Mobile IKEA Indonesia
- c) Untuk mengetahui tingkat (*rate Usability*) Aplikasi Mobile IKEA Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Penulis

Sebagai syarat kelulusan program Pendidikan jenjang sarjana S1 Informatika di Universitas AMIKOM Yogyakarta

2. Bagi Institusi

Hasil dari penelitian ini nantinya dapat dipergunakan sebagai bentuk referensi bagi mahasiswa lain dalam penulisan, dan juga menambah referensi dan koleksi Pustaka bagi mahasiswa

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN, Bab ini menjabarkan penjelasan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian dan juga sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, Bab ini menjabarkan tentang teori dan penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan materi penulisan

BAB III METODE PENELITIAN,

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, Bab ini menjabarkan penjelasan hasil analisis juga prototipe dan serta pembahasannya

BAB V PENUTUP, Bab ini menjabarkan kesimpulan dan saran yang didapatkan dari pembahasan pada bab sebelumnya

REFERENSI

