

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini teknologi mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perkembangan usaha di berbagai bidang, termasuk dalam bidang bisnis. Kegiatan belanja secara daring sangat mudah dilakukan serta banyak diminati oleh pengguna internet terutama di Indonesia. *E-Marketplace* merupakan sebuah *website* yang menghubungkan antara pembeli dan penjual melalui internet. Pada dasarnya *E-Marketplace* hanya menyediakan tempat bagi mereka yang ingin berjualan di *website* mereka. Kemudahan layanan yang telah disediakan membuat proses jual beli semakin mudah untuk digunakan.

Menurut laporan yang dirilis oleh *we are social*, menyebutkan bahwa 96% pengguna internet pernah mencari produk atau layanan untuk dibeli secara daring serta 90% pengguna pernah membayar produk atau layanan daring [7]. Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan *E-Commerce* tercepat di dunia. Menurut lembaga riset *merchant machine*, Indonesia memimpin dengan pertumbuhan sebesar 78% pada tahun 2018 dengan jumlah pengguna internet yang lebih dari 100 juta pengguna. Presentase di atas menunjukkan bahwa pertumbuhan tersebut menjadi salah satu kekuatan untuk mendorong pertumbuhan *E-Commerce* di Indonesia [8].

Dengan pertumbuhan yang tinggi tersebut, Indonesia saat ini memiliki beranekaragam *E-Marketplace* yang tumbuh dan berkembang saling bersaing untuk menjadi yang terbaik. Dalam riset yang dilakukan oleh IPRICE GROUP mengenai

perta *E-Commerce* di Indonesia pada kuartal kedua dan ketiga tahun 2019, terdapat tiga *E-Marketplace* yang menduduki posisi tertinggi yaitu tokopedia, shopee dan bukalapak. Dalam kuartal ketiga tahun 2019, tokopedia menduduki peringkat pertama dengan ± 65 juta jumlah pengunjung *website* bulanan, disusul oleh shopee dengan ± 55 juta pengunjung dan peringkat terakhir diduduki oleh bukalapak dengan ± 42 juta jumlah pengunjung *website*. [9]

Antarmuka pengguna atau *user interface* merupakan serangkaian tampilan grafis yang digunakan sebagai penghubung antara pengguna dengan komputer sehingga keduanya dapat berinteraksi dengan baik. Tampilan antarmuka pengguna merupakan salah satu faktor yang akan menentukan peningkatan *traffic* dalam sebuah *website*. Semakin efektif dan efisien sebuah tampilan *user interface* maka pengguna akan merasa nyaman untuk berlama-lama mengunjungi *website* tersebut. Untuk mengetahui apakah tampilan *user interface website* sesuai dengan kebutuhan pengguna maka perlu dilakukan sebuah evaluasi. Evaluasi *website* yang dilakukan oleh pengguna akan membantu perusahaan untuk dapat melakukan pemeliharaan dan perbaikan terhadap *website* untuk meningkatkan pelayanan terhadap penggunanya.

Penelitian sebelumnya menggunakan metode evaluasi *usability heuristic* terhadap *website* tokopedia dengan memperoleh nilai *severity rating* 1,15 yang berarti kesalahan atau kekurangan dalam *website* masih dapat diterima oleh pengguna [1]. Pada penelitian lain melakukan evaluasi kualitas *website* bukalapak menggunakan metode *website quality (webqual)* 4.0. Hasil yang didapatkan dimana setiap variable independent terdapat 68,0% berpengaruh terhadap kepuasan

konsumen (y) pada *website* bukalapak, sedangkan sisanya sebesar 32,0% dipengaruhi oleh variable luar selain variable webqual 4.0 [2]. Metode lainnya seperti *System Usability Scale* juga diujikan terhadap beberapa aplikasi *E-Marketplace* seperti shopee, lazada dan tokopedia. Dengan diterjemahkan menggunakan *adjective scale* maka *range* dari ketiga aplikasi *E-Marketplace* tersebut berada pada *range* ok dan good [4].

Dengan melihat penelitian terdahulu yang menggunakan berbagai macam metode dan platform *E-Marketplace*, maka penelitian ini bermaksud untuk menganalisis tampilan sebuah *user interface* dalam *website E-Marketplace* tokopedia, shopee, dan bukalapak menggunakan metode evaluasi *System Usability Scale*. Uraian di atas merupakan latar belakang dari penelitian dengan judul : **“ANALISIS USER USABILITY PADA E-MARKETPLACE DI INDONESIA MENGGUNAKAN SYSTEM USABILITY SCALE”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat disimpulkan rumusan masalahnya yaitu, bagaimana hasil pengukuran kegunaan tampilan *user interface* dalam *website e-marketplace* menggunakan *system usability scale*?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk mempermudah dalam penelitian menjadi lebih terarah dan sempit lagi. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Melakukan analisis tampilan *user interface* terhadap *website E-Marketplace*.

2. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu *System Usability Scale*.
3. Objek penelitian yang digunakan adalah tokopedia, shopee dan bukalapak.
4. Pengujian *website* hanya dilakukan pada perangkat desktop
5. Antarmuka pengujian *website* meliputi halaman utama dan deskripsi produk
6. Output dari penelitian ini adalah berupa saran mengenai tampilan *user interface E-Marketplace* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian ini dilakukan adalah :

1. Untuk menambah pengetahuan dalam menganalisis kegunaan tampilan *user interface* pada *website E-Marketplace*.
2. Penelitian ditujukan untuk menguji tampilan *user interface* pada ketiga *website E-Marketplace* terhadap kebutuhan pengguna.
3. Penelitian ini juga ditujukan untuk mengkomparasi manakah tampilan *user interface* dari ketiga *website E-Marketplace* yang paling mendekati dengan kebutuhan pengguna.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi *developer*, berguna sebagai acuan dalam menentukan sebuah desain *user interface* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan dapat

mendorong keinginan untuk berbelanja daring di *website E-Marketplace* tersebut.

2. Bagi pengguna (*user*); berguna sebagai gambaran ketika akan merancang sebuah tampilan desain *user interface* pada *website E-Marketplace* yang sudah diterima oleh kebanyakan pengguna internet.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Pengumpulan Data

1. Metode wawancara

Metode wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dimana pewawancara memberikan beberapa pertanyaan kepada narasumber untuk memperoleh data, keterangan atau pendapat tentang sesuatu hal. Teknik wawancara yang dilakukan dalam penelitian adalah *in-depth interview*.

2. Metode kuesioner

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Kelebihan metode angket adalah dalam waktu yang relatif singkat dapat memperoleh data yang banyak, tenaga yang diperlukan sedikit dan responden dapat menjawab dengan bebas tanpa pengaruh orang lain.

3. Metode literatur

Menghimpun dan mempelajari teori mengenai *user interface* dan metode pengujian *user interface* dalam *website*. Sumber bacaan

berupa jurnal, *paper*, skripsi, *ebook*, dan artikel yang tersedia di internet dan perpustakaan guna menunjang penelitian.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan metode evaluasi *System Usability Scale*, dimana beberapa *E-Marketplace* diuji menggunakan 10 pertanyaan dengan melibatkan pengguna (*end user*) dalam pemberian nilainya.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibagi menjadi 5 Bab, masing-masing bab berisi sub atau pembahasan yang berbeda. Adapun sub Bab sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan dasar penyusunan penelitian, di dalamnya berisi Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Penjelasan tentang Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori berada pada bab ini, Tinjauan pustaka berisi ringkasan penelitian sebelumnya dan dasar teori berisi Teori dan penjelasan singkat mengenai *usability* terhadap *website E-Marketplace* menggunakan beberapa metode pengujian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian serta alur dari penelitian yang dilakukan dari awal sampai penelitian selesai..

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini menjelaskan tentang hasil analisis usability dari tampilan user interface pada *website E-Marketplace* di Indonesia menggunakan metode pengujian *System Usability Scale* .

5. BAB V PENUTUP

Pada Bab terakhir berisi kesimpulan yang berisi rangkuman dari hasil penelitian serta saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya .

