

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Internet merupakan hal yang sangat mempengaruhi semua aspek global salah satunya dari sisi ekonomi, proses bisnis juga sangat di mudahkan dengan adanya internet, proses jual beli barang juga sudah dapat di lakukan dari internet biasa di kenal dengan *e-commerce*. Penjualan ritel *e-commerce* Indonesia di perkirakan mencapai dari total jumlah penduduk Indonesia. Jumlah tersebut di perkirakan terus meningkat menjadi 43,9 juta pembeli pada 2022 dengan persentasi 15,7% (Katadata.co.id,2018).

Transaksi jual beli online yang kian populer memicu muncul banyak toko online di Indonesia, berdasarkan data terakhir pada Januari 2020 atau Quartal 3 tahun 2019 “PETA *E-COMMERCE* INDONESIA“ menginformasikan jumlah pengunjung website bulanan yaitu, Tokopedia: 63.953.400, Shopee: 55.964.700, Bukalapak: 42.874.100, Lazada: 27.995.900, Blibli: 21.395.600 (iprice.co.id,2019). Pada tahun 2018 dari sisi trafik Shopee berada di posisi ke empat namun saat ini Shopee sudah berada di posisi kedua, dari sisi Rangking appstore shopee mempertahankan posisi pertama sebagai aplikasi terpopuler platform Android dan iOS. Keunggulan Shopee mendominasi aplikasi belanja online yang menarik minat konsumen *e-commerce* untuk mendownload aplikasi tersebut. Shopee adalah perusahaan *e-commerce* yang menjalankan bisnis C2C mobile marketplace dan mempunyai visi “Menjadi C2C Mobile Marketplace nomor 1 di Asia Tenggara” (id.wikipedia.org.2018).

Kepuasan pengguna pengguna sistem dapat mempengaruhi minat pengguna untuk mengunjungi atau mendownload situs atau aplikasi tersebut. Salah satu model untuk mengukur kepuasan pengguna sistem adalah *End User Computing Satisfaction* (EUCS). Teori *End-User Computing Satisfaction* adalah indikator untuk mengukur tingkat kepuasan dari pengguna suatu sistem aplikasi dengan membandingkan antara harapan dan kenyataan dari sebuah sistem informasi. Model evaluasi EUCS di kembangkan oleh Doll &Torkzadeh. Model ini menekankan kepada kepuasan (*Satisfaction*) pengguna akhir terhadap aspek teknologi berdasarkan dimensi *Content, Accuracy, Format, Ease of Use* dan *Timeliness*.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada 30 responden pengguna aktif Shopee, dimana terdapat 5 variabel yang diukur yaitu:

*Content*, dimana dari 30 responden yang diwawancarai semuanya memilih setuju dari 4 dimensi pertanyaan yang diajukan yaitu: isi suatu informasi di aplikasi Shopee sesuai dengan kebutuhan pengguna, isi dari informasi di aplikasi Shopee mudah di pahami, isi dari informasi di aplikasi Shopee sudah lengkap dengan kebutuhan yang di cari pengguna dan isi dari informasi di aplikasi Shopee sudah jelas.

*Accuracy*, dari 30 responden terdapat 26 responden yang setuju, 1 responden ragu-ragu dan 3 responden yang tidak setuju terhadap informasi di aplikasi Shopee sudah menampilkan informasi yang benar dan akurat. Serta terhadap aplikasi Shopee selalu menampilkan halaman yang sesuai.

*Format*, untuk desain tampilan di aplikasi Shopee memiliki pengaturan warna yang menarik dan desain tampilan di aplikasi memiliki layout yang memudahkan penggu 30 responden memilih setuju, tetapi pada desain tampilan di aplikasi Shopee memiliki struktur menu dan link yang mudah dipahami 29 responden memilih setuju dan 1 responden memilih tidak setuju.

*Ease of Use*, untuk fitur-fitur di aplikasi Shopee mudah untuk digunakan terdapat 29 responden memilih setuju dan 1 responden memilih tidak setuju, tetapi pada bagian aplikasi dapat diakses dari mana saja dan kapan saja 30 responden memilih setuju.

*Timeliness*, untuk informasi tentang pengguna yang dibutuhkan pengguna dapat diperoleh di aplikasi dengan cepat dan mudah, 30 responden memilih setuju dan pada bagian pemrosesan pesanan atau loading pada aplikasi sudah dapat diproses dengan cepat terdapat 27 responden memilih setuju, 1 responden memilih ragu-ragu serta 2 responden memilih tidak setuju. Peneliti melihat dari 5 faktor tersebut terdapat 3 faktor yang mendominasi yaitu *Content*, *Format* dan *Ease of Use*, yang berarti *Accuracy* dan *Timeliness* bukan faktor utama yang mendominasi kepuasan pengguna Shopee yang membawa Shopee sebagai *e-commerce* no.1 di Asia Tenggara.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Shopee Dengan Menggunakan Metode EUCS di Kota Medan”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang jelaskan di atas, dapat disimpulkan masalah yang muncul pada penelitian ini

1. Apakah variabel *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, *Timeliness* berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Shopee?
2. Variabel manakah yang lebih dominan terhadap kepuasan pengguna Shopee di kota Medan, dengan model EUCS?

## 1.3 Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka ruang lingkup yang di bahas pada penelitian ini adalah:

1. Objek penelitian adalah aplikasi mobile Shopee, dan subjeknya adalah pengguna aplikasi Shopee di kota Medan.
2. Model yang di gunakan dalam penelitian ini adalah model *End User Computing Satisfaction* (EUCS) tahun 1988 dengan variabel yaitu: *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use* dan *Timeliness*.
3. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada pengguna aplikasi mobile Shopee di kota Medan.

## 1.4 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor–faktor utama yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna Shopee di kota Medan, dimana Shopee yang memiliki peringkat pertama sebagai aplikasi *E-Commerce* yang paling banyak di unduh melalui app store.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana pengguna Shopee merasa puas dengan berbelanja atau berjualan menggunakan aplikasi belanja Shopee dengan menggunakan model EUCS.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat secara teoritis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang faktor–faktor yang mendominasi tingkat kepuasan pengguna aplikasi Shopee di kota Medan dan penelitian ini diharapkan dapat

menambah referensi penelitian pengembangan model EUCS sehingga dapat memberi pengetahuan serta sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat secara praktis: Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi alat evaluasi dan menjadi dasar mengembangkan keefektifan, efisiensi dalam penggunaan aplikasi Shopee, dengan demikian pihak Shopee dapat mempertahankan atau mengembangkan pelayanan untuk kepuasan seluruh pengguna Shopee. Poin pentingnya adalah walaupun mayoritas pengguna aplikasi Shopee merasa puas, Shopee harus tetap berinovasi agar semakin efektif dan efisien di banding dengan pesaing nya.
3. Manfaat bagi shopee, sebagai masukan agar shopee semakin meningkatkan inovasi terhadap variabel- variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini.



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL