

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cineplex 21 Group adalah sebuah jaringan bioskop di Indonesia, dan pelopor jaringan cineplex di Indonesia [1]. Antusias minat masyarakat dari segala usia terhadap industri hiburan *film* serta tingginya penggunaan internet di Indonesia memberikan ide baru untuk Cineplex 21 Group untuk mengoptimalkan layanan pembelian tiket bioskop secara *online* melalui aplikasi *mobile* kepada para pelanggan. Pada tahun 2006, PT Nusantara Sejahtera Raya Tbk yang beroperasi sebagai Cineplex 21 membentuk M-Tix untuk memfasilitasi pemesanan tiket bioskop secara *online* berbasis *SMS*. Kemudian pada tahun 2015 Cineplex 21 resmi merilis M-Tix dalam bentuk aplikasi platform *mobile* berbasis *Android* pada *Google Play Store* yang dapat diunduh melalui *Playstore* dan *App Store* [1]. M-Tix merupakan aplikasi *mobile customer self-service* yang berisikan layanan informasi penjualan tiket mengenai *film-film* yang sedang tayang dan akan tayang serta menyediakan layanan tambahan seperti makanan dan minuman yang dapat dipesan melalui aplikasi *mobile* kapanpun dan dimanapun. Kemudahan dalam melakukan pembayaran dengan berbagai metode seperti M-Tix Point, Tokocash, Saldo Tokopedia, Transfer Bank, *Virtual Account*, Kartu Kredit, Cicilan hingga bayar tunai melalui gerai-gerai terdekat [2]. Tingginya pengguna internet di Indonesia, membuat M-Tix dengan cepat berubah menjadi *platform* andalan penggemar industri *film* dalam membeli tiket jarak jauh. Dilihat dari data *Google Play Store*, M-Tix sudah diunduh sebanyak lebih dari 10 juta pengguna dengan *rating* 3.8.

Berdasarkan umpan balik pengguna terhadap aplikasi *mobile* M-Tix yang terdapat di *Google Play Store* hingga bulan September 2023, banyak pengguna memberikan tanggapan berupa komentar positif tentang M-Tix terhadap pelayanan yang baik. Beberapa ulasan positif yang ada di *Google Play Store* seperti mempermudah sekali dalam pesan tiket nonton; mudah digunakan aplikasinya; *user friendly*. Namun tidak sedikit juga pengguna yang memberikan komentar negatif terkait sistem *top-up* dan *payment* serta koneksi yang sering hilang sewaktu menggunakan aplikasi M-Tix *mobile* [2]. Beberapa komentar negatif seperti sangat disayangkan tidak ada penarikan saldo kembali; minimum *top-up* nya tinggi; konfirmasi orderan sering gagal dan disuruh untuk konfirmasi ulang.

Berdasarkan ulasan positif dan negatif yang diberikan oleh pengguna terhadap aplikasi M-Tix di *Google Play Store*, menunjukkan bahwa masih ditemukan masalah

terhadap kualitas kinerja aplikasi yang belum memenuhi kebutuhan para penggunanya. Perlu diketahui bahwa keterlibatan pengguna dalam sebuah aplikasi *mobile* sangatlah penting. Dimana umpan balik pengguna memberi kontribusi dalam meningkatkan kualitas secara berkelanjutan sesuai permintaan dan kebutuhan pasar. Umpan balik tersebut dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi bagi *developer* untuk melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas dengan tepat sasaran [3]. Kemudian ada pengalaman pengguna yang tak kalah penting dari pengalaman pengguna. Bukan rahasia lagi jika hampir semua orang menginginkan kenyamanan dan kemudahan menggunakan aplikasi bisnis *digital*. Aplikasi yang nyaman digunakan sudah pasti akan terus digunakan secara berulang oleh *user*, dan sebaliknya jika aplikasi terasa berat, lambat, dan tidak nyaman dipandang maka akan menghasilkan *user experience* yang tidak baik. *User experience* adalah satu hal penting yang tidak boleh diabaikan. *User experience* yang baik akan menghasilkan *user* yang bahagia, dimana mereka tidak akan segan untuk menggunakannya kembali dan mempromosikan kepada teman serta kerabatnya [4]. Kemudian, *user* yang puas juga dapat menjadi *loyal* dan tetap akan bertahan menggunakan aplikasi yang mereka senangi. Dengan begitu, maka *awareness* dari *brand* pun akan terus naik dan berdampak positif. Dengan demikian dilakukanlah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan mendapatkan tingkat pengalaman pengguna serta keterlibatan pengguna dengan menggunakan metode ilmiah. Dalam melakukan pengukuran pengalaman pengguna terdapat beberapa metode ilmiah yang dapat digunakan seperti *Questionnaire for User Interaction Satisfaction* (QUIS), *System Usability Scale* (SUS), *The Standardized User Experience Percentile Rank Questionnaire* (SUPR-Q), *Modular Evaluation of Key Components of User Experience* (meCUE) 2.0, *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+), *Software Usability Measurement Inventory* (SUMI), dan *User Engagement Scale* (UES). Pada penelitian ini akan menggunakan dua metode ilmiah yaitu metode *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+) dan metode *User Engagement Scale* (UES).

User Experience Questionnaire Plus (UEQ+) adalah kerangka kerja modular yang berisi beberapa skala untuk mengukur aspek UX yang berbeda. Skala yang dapat digabungkan untuk tujuan membuat kuesioner terkait aspek yang relevan dari pertanyaan penelitian [3]. Dikarenakan UEQ+ memiliki daftar skala UX yang besar, peneliti dapat membuat pilihan daftar dari skala tersebut. Sebagai *online questionnaire*, skala yang akan digunakan adalah *Trust*, *Dependability*, *Quality of Content*, *Trustworthiness of Content*, *Efficiency*, *Clarity*, *Intuitive Use*, *Value*, dan *Usefulness* sesuai dengan rekomendasi skala

yang relevan pada kategori *booking systems* [3] sehingga dapat mendukung penelitian. Salah satu keuntungan besar UEQ+ adalah dapat membuat penilaian UX KPI [5].

User Engagement Scale (UES) adalah pengalaman emosional dan perilaku pengguna dengan sumber teknologi yang ada, kapan saja dan dari waktu ke waktu [6] yang mewakili keinginan pengguna dalam waktu terbatas. Secara keseluruhan ada 6 faktor yang terdapat pada UES yakni; *Focused Attention* (FA), *Perceived Usability* (PU), *Aesthetic Appeal* (AE), *Endurability* (EN), *Novelty* (NO), dan *Felt Involvement* (FI) [7]. Faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi persepsi individu dalam kegunaan teknologi informasi yang pada akhirnya dapat mempengaruhi intensitas seseorang untuk menggunakan teknologi informasi. Dengan demikian pengalaman pengguna terhadap teknologi informasi akan meningkat secara emosional. *User Engagement Scale* menjadi salah satu faktor penting bagi pengembang untuk keberhasilan sebuah platform aplikasi. Untuk mengetahui keterlibatan pengguna, maka dapat menggunakan metode ilmiah *User Engagement Scale* (UES).

Berdasarkan penjelasan diatas kemudian akan dilakukan penulisan tugas akhir ini dengan mengangkat topik yaitu: “Evaluasi Pengalaman dan Keterlibatan Pengguna Pada Aplikasi Pembelian Tiket Bioskop M-Tix dengan Metode UEQ+ (*User Experience Questionnaire Plus*) dan UES (*User Engagement Scale*)” sebagai judul tugas akhir.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari tugas akhir ini adalah bagaimana menganalisis dan mengevaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi M-Tix dengan menggunakan metode *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+) serta mengukur keterlibatan pengguna terhadap aplikasi M-Tix sebagai tolak ukur pengalaman terhadap aplikasi M-Tix dengan *User Engagement Scale* (UES).

1.3 Tujuan

Tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk melakukan pengukuran serta mengetahui evaluasi pengalaman dan keterlibatan pengguna pada aplikasi dengan menggunakan metode *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+) dan *User Engagement Scale* (UES).

1.4 Manfaat

Manfaat dari penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai analisis pengalaman dan keterlibatan pengguna dalam aplikasi M-Tix.

2. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan evaluasi untuk pengembang aplikasi dalam meningkatkan performa dan pengalaman pengguna.

1.5 Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka ruang lingkup dari penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Objek penelitian ini adalah aplikasi M-Tix.
2. Penelitian ini menggunakan metode pengukuran pengalaman pengguna *User Experience Questionnaire Plus (UEQ+)* yang terdiri dari skala penilaian *Trust, Dependability, Quality of Content, Trustworthiness of Content, Efficiency, Clarity, Intuitive Use, Value, Usefulness* dan metode pengukuran keterlibatan pengguna *User Engagement Scale (UES)* yang terdiri dari *Focused Attention, Perceived Usability, Aesthetic Appeal, Endurability, Novelty, Felt Involvement*.
3. Dalam penelitian ini respondennya ialah pengguna aplikasi M-Tix dari *Google Play Store* dengan penentuan jumlah sampel menggunakan metode *slovin*. Besaran populasi penelitian dalam penelitian berdasarkan jumlah pengunduhan yang ada di *Google Play Store* adalah lebih dari 10.000.000 pengguna. Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ialah minimal 400 responden dengan *confidence 95%* dan tingkat *margin of error 5%* dalam perhitungan *slovin*.
4. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *Simple Random Sampling*.
5. Kuesioner dibuat dengan menggunakan *Google Forms* dengan memanfaatkan alat analisis data untuk pengolahan data. Alat yang digunakan adalah *SPSS* dan *Microsoft Excel*.