

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang pesat dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan terhadap pola konsumsi dan perilaku masyarakat, khususnya dalam aktivitas berbelanja secara daring. Fenomena digitalisasi tersebut mendorong munculnya berbagai platform e-commerce yang bersaing secara insentif dalam menyediakan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan bagi konsumen. Salah satu platform yang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia adalah Shopee. Shopee adalah salah satu aplikasi *marketplace* yang sedang marak digunakan. CEO Shopee, Chris Feng mengatakan Shopee adalah satu dari banyak pihak yang memanfaatkan peluang bisnis *E-commerce* dengan meramaikan *mobile marketplace* melalui aplikasi *mobile* mereka untuk mempermudah transaksi jual beli melalui perangkat ponsel. Aplikasi Shopee tersedia di perangkat Android yaitu PlayStore dan juga IOS (AppStore)[1].

Berdasarkan laporan *e-commerce map* yang dirilis oleh Journal of Management and Business (JOMB), Shopee menempati posisi teratas sebagai aplikasi belanja daring dengan jumlah pengguna aktif bulanan terbanyak di Indonesia yakni sebesar 295 juta pengguna pada tahun 2023[2]. Pencapaian ini mencerminkan tingginya penetrasi Shopee dalam kehidupan digital masyarakat, didorong tingginya populasi dan pertumbuhan ekonomi serta banyaknya produk yang dijual pemain *e-commerce* termasuk masyarakat Medan yang dikenal sebagai salah satu kota besar dengan perkembangan yang signifikan dalam sektor perdagangan dan industri berbasis teknologi khususnya *e-commerce*[3]. Meskipun demikian, tingginya jumlah pengguna Shopee tidak serta-merta menggambarkan tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan yang diberikan. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pertumbuhan pengguna tidak selalu berbanding lurus dengan tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna terhadap suatu Aplikasi[4]. Dalam konteks Shopee, masih ditemukan berbagai keluhan dari pengguna terkait aspek penggunaan aplikasi Shopee baik dalam layanan pengguna yang kurang memuaskan serta sistem yang dimiliki oleh Shopee tersebut. Hal ini dapat dilihat dari rating aplikasi Shopee yang ada di Playstore dimana aplikasi Shopee ini memiliki rating 4,7 sebanyak 17,8 juta ulasan, dalam hal ini dapat dilihat bahwa ada banyaknya rating 1 yang diberikan oleh pengguna sebanyak 721 ribu orang, rating 2 sebanyak 191 ribu orang, bintang 3 sebanyak 347 ribu orang. Dari hal tersebut dapat

diketahui banyaknya keluhan yang dirasakan langsung oleh pengguna aplikasi *mobile* Shopee di Google PlayStore. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi pengguna dengan pengalaman aktual yang diperoleh, sehingga diperlukan analisis yang lebih mendalam untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna aplikasi tersebut. Untuk Memahami fenomena tersebut secara sistematis, diperlukan suatu pendekatan teoritis yang mampu menjelaskan perilaku dan kepuasan pengguna terhadap sistem berbasis teknologi. Model yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *End User Computing Satisfaction* (EUCS).

Model *Technology Acceptance Model* (TAM) diperkenalkan oleh Davis, adalah sebuah pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) di spesialisasikan untuk model penerimaan pemakai (*User Acceptance*) terhadap sistem informasi [6]. Tujuan dari metode tersebut untuk memperlihatkan penerimaan pemakai terhadap teknologi yang digunakan. Dalam metode TAM terdapat 5 faktor utama yaitu: Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*), Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*), Sikap terhadap Pengguna (*Attitude Toward Using*), Minat Pengguna (*Intention to Use*) & Pemakaian Nyata (*Actual Usage*). Metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS) adalah model yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna akhir suatu sistem informasi. Terdapat 5 variabel dalam model EUCS yakni isi (*Content*), Ketepatan (*Accuracy*), Bentuk (*Format*), Kemudahan Pengguna (*Ease of Use*) & Ketepatan Waktu (*Timeliness*) [5].

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sayyidatun Nisa, Megawati, Zarnelly, Ingghih Permana, Arif Marsal yang meneliti kepuasan aplikasi Link Aja menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *End User Computing Satisfaction* (EUCS) menyimpulkan bahwa adanya pengaruh positif *Attitude Toward Using* terhadap *User Satisfaction*, *Content*, *Format*, *Perceived ease of Use*, *Perceived Usefulness*, & *Timeliness*. Untuk *Accuracy* & *Ease Of use* tidak ada pengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* [6]. penelitian yang dilakukan oleh oleh A. Lattu, Sihabuddin, and W. Jatmika yang menganalisis kepuasan pengguna terhadap penggunaan E-Learning dengan metode TAM dan EUCS menyimpulkan bahwa adanya pengaruh positif terhadap *Perceived of Usefulness* terhadap *Perceived Ease of Use*, *Timeless*, *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease*, *Timeless*. Untuk *Attitude & User Satisfaction* tidak ada pengaruh positif terhadap *Perceived of Usefulness* [7]. Penelitian A. Wibowo tentang kajian perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa adanya

pengaruh positif *Usefulness, Ease of Use, Timeliness, Content, Accuracy, Format, Ease, Timeliness*. Untuk *Attitude & User Satisfaction* tidak memiliki pengaruh terhadap *User Satisfaction* [8].

Berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti akan menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *End User Computing Satisfaction* (EUCS) karena kedua metode tersebut dapat saling berintegrasi dimana penerimaan user terhadap sistem informasi sangat berkaitan dengan tingkat kepuasan oleh user, dimana jika user merasa puas pada saat menggunakan sistem yang ada dimana hal yang akan diteliti adalah aplikasi Shopee, maka hal tersebut dapat menimbulkan rasa penerimaan atas sistem tersebut [7].

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tugas akhir dengan judul **“ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI SHOPEE MENGGUNAKAN METODE TAM DAN EUCS PADA MASYARAKAT MEDAN”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial dari variabel *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Content, Accuracy, Timeliness, Format*, dan *Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using* aplikasi Shopee pada masyarakat Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh dari *Attitude Toward Using* terhadap *User Satisfaction* aplikasi Shopee pada masyarakat Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh secara simultan dari variabel *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Content, Accuracy, Timeliness, Format*, dan *Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using* aplikasi Shopee pada masyarakat Medan?

## 1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh secara parsial dari variabel *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Content, Accuracy, Timeliness, Format*, dan *Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using* aplikasi Shopee pada masyarakat Medan.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh dari *Attitude Toward Using* terhadap *User Satisfaction* aplikasi Shopee pada masyarakat Medan.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh secara simultan dari variabel *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Content, Accuracy, Timeliness,*



*Format*, dan *Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using* aplikasi Shopee pada masyarakat Medan.

#### 1.4 Manfaat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif baik dalam ranah akademik maupun praktis. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang sistem informasi, khususnya dalam memahami penerimaan dan kepuasan pengguna terhadap sistem berbasis teknologi. Integrasi antara model *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *End User Computing Satisfaction* (EUCS) diharapkan dapat memperkaya kajian konseptual terkait perilaku pengguna aplikasi e-commerce.
2. Manfaat Praktis: Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak pengembang aplikasi Shopee dalam meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna melalui penguatan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi perusahaan e-commerce lainnya dalam merancang strategi peningkatan kepuasan pengguna berbasis pemahaman terhadap kebutuhan dan persepsi konsumen.

#### 1.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada penelitian tugas akhir ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Objek penelitian difokuskan pada pengguna aktif aplikasi Shopee yang berdomisili di wilayah Kota Medan.
2. Aspek penelitian menganalisis kepuasan pengguna aplikasi Shopee dengan mengacu pada dua metode utama, yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *End User Computing Satisfaction* (EUCS).
3. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada responden menggunakan *Google Forms*.
4. Pengolahan data dan analisis data primer akan dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).
5. Jumlah sampel yang dikumpulkan untuk diolah datanya adalah n-Responden. yang didasarkan perhitungan sampel yang menggunakan rumus Slovin.