

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin modernnya zaman, teknologi informasi berkembang dengan sangat pesat. Seiring dengan perkembangan internet yang memungkinkan penyebaran informasi terjadi dengan sangat cepat dan mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan. Karena teknologi telah memberikan banyak kemudahan bagi pengguna untuk berkomunikasi dan mencari berbagai informasi, masyarakat dituntut untuk beradaptasi dengan segala macam bentuk teknologi. Penetrasi Internet pada akhir Maret 2021 sebesar 76,8 persen dari total populasi. Menurut data *Internet World Stats*, pengguna internet di tanah air mencapai 212,35 juta dengan estimasi total populasi sebanyak 276,3 juta jiwa. Dengan pencapaian tersebut, Indonesia berada di urutan ke-15 di antara negara – negara asia. Posisi Indonesia berada dibawah Kazhakhstan dan diatas Vietnam [1].

Perkembangan teknologi tidak hanya merambah disatu bidang saja, namun telah merambah disemua faktor kehidupan manusia. Salah satunya adalah bidang perdagangan, yang biasa disebut *E-commerce* atau perdagangan secara elektronik. *E-commerce* secara umum dapat diartikan sebagai transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet. Selain itu *E-commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik serta pertukaran atau penjualan barang, servis, dan informasi elektronik [2]. Salah satu dari banyaknya *E-commerce* terkenal di Indonesia adalah Lazada.

Lazada adalah *Marketplace* yang menawarkan berbagai macam jenis produk mulai dari Elektronik, Fashion Wanita, Fashion Pria, Peralatan Rumah Tangga, Kesehatan & Kecantikan, Bayi & Mainan Anak, Olahraga & *Travel*, *Groceries* (Grosir), Otomotif & Media. Selain lewat *web* Lazada juga dapat diakses melalui aplikasi mobile di smartphone seperti Android dan IOS. Lazada merupakan sebuah perusahaan *E-commerce* Asia Tenggara yang didirikan oleh Rocket Internet dan Pierre Poignant pada tahun 2012, dan dimiliki oleh Alibaba Group. Dengan menggunakan Lazada, konsumen tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja. Dengan itu dapat mempermudah pembeli dan pedagang dalam menjual dan membeli barang

yang dibutuhkan, sehingga dapat menghemat waktu dan biaya transport. Sehingga konsumen dapat membeli barang dengan cara yang efektif dan efisien.

Berdasarkan data awal yang telah peneliti temukan dari hasil observasi ulasan di aplikasi playstore terhadap aplikasi Lazada, dari bulan Januari 2021 sampai dengan bulan Agustus 2021 peneliti mendapatkan hasil dari 483 pengguna bahwa kepuasan pengguna Lazada cukup tinggi dan jika dipersentasekan maka dapat diketahui bahwa ada 78% pengguna yang cukup puas dan 22% tidak puas.

Ada banyak model untuk menganalisis kepuasan penggunaan teknologi. Salah satunya adalah model EUCS (*End User Computing Satisfaction*) yang dikemukakan oleh Doll dan Torkzadeh, 1991 menyebutkan deskripsi EUCS pada suatu sistem informasi merupakan penilaian system informasi secara keseluruhan berdasarkan pada pengalaman *user* dalam penggunaan sistem informasi tersebut. EUCS terdiri dari 5 komponen untuk mengukur kualitas sistem dan informasi. 5 komponen tersebut meliputi *content* (isi), *accuracy* (akurasi), *format* (bentuk), *ease of use* (kemudahan penggunaan), dan *timeliness* (ketepatan waktu) [3].

Adapun penelitian sebelumnya memperoleh hasil bahwa *variabel content, accuracy, format, ease of use* dan *timeliness* terdapat pengaruh terhadap kepuasan Penggunaan [4]. Dan penelitian lain menunjukkan ada juga variabel yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan penggunaan [3].

Tentu penting bagi organisasi untuk mengetahui apa saja faktor – faktor dari lima variabel tersebut, yaitu isi (*content*), keakuratan (*accuracy*), bentuk (*format*), kemudahan penggunaan (*ease of use*) dan ketepatan waktu (*timeliness*), variabel manakah yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dengan judul “**Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Akhir Dengan Menggunakan Model End User Computing Satisfaction (EUCS), Studi Kasus : Penggunaan E-Commerce Lazada**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka permasalahan pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah isi (*content*) pada Aplikasi Lazada Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna?

2. Apakah akurasi (*accuracy*) pada Aplikasi Lazada Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna?
3. Apakah bentuk (*format*) pada Aplikasi Lazada Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna?
4. Apakah kemudahan penggunaan (*ease of use*) pada Aplikasi Lazada Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna?
5. Apakah ketepatan waktu (*timeliness*) pada Aplikasi Lazada Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna?
6. Variabel manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Lazada di kota Medan?

1.3 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup permasalahan yang akan di bahas pada penelitian ini yaitu :

1. Penelitian dilakukan terhadap masyarakat kota Medan yang aktif berbelanja menggunakan aplikasi Lazada.
2. Analisis kepuasan penggunaan aplikasi Lazada menggunakan model *End User Computing Satisfaction* (EUCS), yang memiliki 5 variabel, yaitu isi (*content*), keakuratan (*accuracy*), bentuk (*format*), kemudahan penggunaan (*ease of use*) dan ketepatan waktu (*timeliness*).
3. Teknik pengambilan Sampel adalah menggunakan metode *Probability Sampling*.
4. Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang sudah diketahui yaitu dengan menggunakan formula *Slovin*.
5. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan Kuesioner kepada responden yang menggunakan Aplikasi Lazada.
6. Tools yang dipakai untuk mengelolah data penelitian ini adalah dengan menggunakan aplikasi SPSS.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh isi (*content*) terhadap kepuasan pengguna aplikasi Lazada.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh akurasi (*accuracy*) terhadap kepuasan pengguna aplikasi Lazada.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh bentuk (*format*) terhadap kepuasan pengguna aplikasi Lazada.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan (*ease of use*) terhadap kepuasan pengguna aplikasi Lazada.
5. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh ketepatan waktu (*timeliness*) terhadap kepuasan pengguna aplikasi Lazada.
6. Untuk mengetahui variabel mana yang paling mendominasi kepuasan pengguna.

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat dari segi teoritis, untuk mengidentifikasi variabel mana yang berpengaruh terhadap aplikasi lazada, yang menjadi diantaranya adalah isi (*content*), keakuratan (*accuracy*), bentuk (*format*), kemudahan penggunaan (*ease of use*) dan ketepatan waktu (*timeliness*).
2. Manfaat dari segi praktis, sebagai masukan atau referensi untuk peneliti berikutnya dalam penelitian dengan menggunakan *model End User Computing Satisfaction* (EUCS), khususnya pada *E-commerce*.