

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi pada zaman sekarang sangat berkembang pesat dari tahun ke tahun. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang memungkinkan penyebaran informasi terjadi secara cepat dan mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Karena teknologi informasi memberikan kemudahan bagi pengguna untuk berkomunikasi dan mencari berbagai informasi, masyarakat dituntut untuk beradaptasi dengan segala macam bentuk teknologi. Menurut databoks, pengguna internet Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa pada maret 2021. Dengan jumlah pengguna internet tersebut, Indonesia berada di urutan ketiga dengan pengguna internet terbanyak di asia [1].

Perkembangan teknologi tidak hanya mempengaruhi disatu bidang saja, namun telah mempengaruhi semua faktor kehidupan manusia. Salah satunya dalam bidang jual beli atau 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 dan pertukaran atau penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik [2]. Salah satu E-commerce terkenal yang ada di Indonesia adalah Bukalapak.

Bukalapak adalah salah satu *E-Commerce* di Indonesia yang memiliki misi untuk menciptakan perekonomian yang adil untuk semua. Melalui *platform online* dan *offline*, Bukalapak memberikan kesempatan dan pilihan kepada semua orang untuk meraih hidup yang lebih baik. Bukalapak didirikan pada tahun 2010 dan memiliki 6 juta pelapak, 5 juta Mitra Bukalapak, 90 juta pengguna aktif dan pada tahun 2017 menyandang status unicorn. Bukalapak selalu memiliki perhatian khusus pada pemberdayaan UMKM Indonesia.

Berdasarkan data *review* yang diperoleh Januari 2021 sampai dengan bulan Agustus 2021 pada Aplikasi Bukalapak di google store, peneliti memperoleh 500

pengguna mengatakan cukup puas sebagai bahan uji. Hasil *review* menunjukkan 70% pengguna merasa cukup puas dan 30% tidak puas dalam penggunaan sistem Bukalapak. Mengingat cukup tingginya pengguna yang merasa cukup puas dengan Aplikasi Bukalapak, tentu akan menimbulkan keingintahuan faktor faktor apa saja yang mendorong kepuasan pengguna tersebut.

Ada banyak model/ teori yang menganalisis kepuasan pengguna suatu sistem, salah satu diantaranya metode EUCS. EUCS adalah metodologi sistem informasi yang mengevaluasi tingkat kepuasan dari pengalaman *user* dalam menggunakan sistem.

EUCS memiliki 5 variabel yang dapat diukur dengan metode EUCS: *Content*, mengukur kepuasan *user* dari segi suatu sistem berupa modul dan informasi. *Accuracy*, mengukur kepuasan user dari segi keakuratan mengelola *input user* menjadi informasi. *Format*, mengukur kepuasan user dari segi tampilan *interface*. *Ease of Use*, mengukur kepuasan *user* dari segi kemudahan penggunaan sistem. *Timeliness*, mengukur kepuasan *user* dari segi kecepatan waktu dalam menyediakan informasi [3].

Konsumen memiliki faktor dalam keputusan membeli salah satunya adalah kualitas sistem informasi. Sistem yang berkualitas harus memiliki informasi yang akurat, jelas, detail, relevan, mudah didapatkan, tepat waktu, *up to date* dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Semakin berkualitas informasi yang diberikan kepada pembeli daring maka akan semakin tinggi minat pembeli daring untuk membeli produk tersebut.

Mengingat cukup tingginya penggunaan Aplikasi Bukalapak, maka peneliti tertarik melakukan kajian lebih dalam untuk evaluasi Aplikasi *E-Commerce* Bukalapak dengan mengangkat judul “**Evaluasi Kepuasan pengguna e-Commerce Bukalapak dengan model End User Computing Satisfaction (EUCS)**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah

1. Apakah “*Content*” berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan Bukalapak?
2. Apakah “*Accuracy*” berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan Bukalapak?

3. Apakah “*Format*” berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan Bukalapak?
4. Apakah “*Ease of Use*” berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan Bukalapak?
5. Apakah “*Timeliness*” berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan Bukalapak?
6. Variable manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Bukalapak di kota Medan?

1.3. Ruang Lingkup

1. Responden penelitian yang diteliti adalah masyarakat kota medan yang menggunakan Aplikasi Bukalapak.
2. Metode yang digunakan untuk menganalisis kepuasan pengguna adalah *End User Computing Satisfaction* (EUCS), yang memiliki variabel *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, *Timeliness*.
3. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden pengguna Aplikasi Bukalapak.
4. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Probability Sampling*.
5. Menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel.
6. Alat yang digunakan untuk membantu peneliti mengelola data adalah SPSS.

1.4. Tujuan dan Manfaat

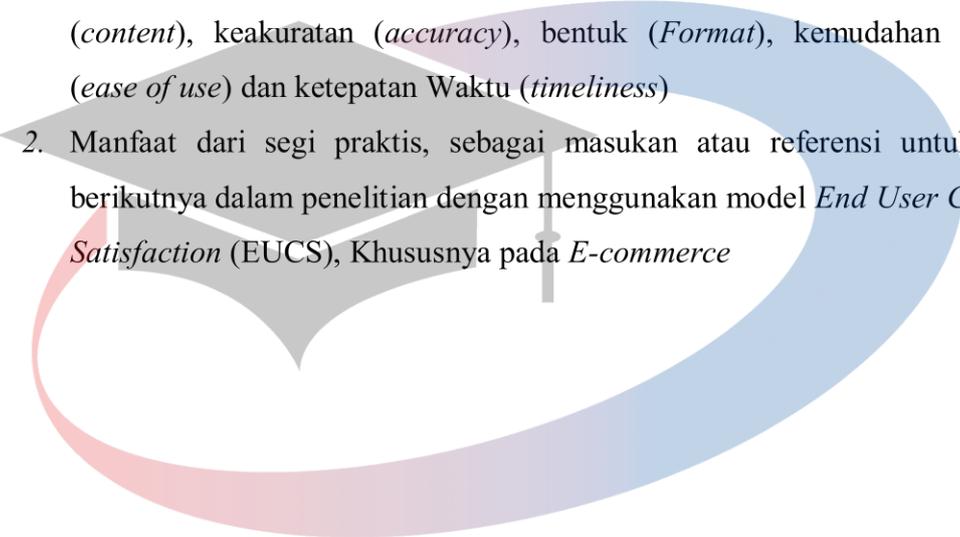
Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya penelitian ini mempunyai tujuan:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Content* terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Bukalapak.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Accuracy* terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Bukalapak.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Format* terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Bukalapak.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Ease of Use* terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Bukalapak.

5. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Timeliness* terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Bukalapak.
6. Untuk mengetahui variabel mana yang paling mendominasi kepuasan pengguna.

Manfaat yang diharapkan peneliti sebagai berikut:

1. Manfaat dari segi teoritis, untuk mengidentifikasi variabel mana yang berpengaruh terhadap aplikasi Bukalapak, yang menjadi diantaranya adalah isi (*content*), keakuratan (*accuracy*), bentuk (*Format*), kemudahan pengguna (*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*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL