

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi digital saat ini telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk sektor perdagangan. Salah satu inovasi terbesar adalah perkembangan aplikasi *marketplace* yang menjadi pilihan utama bagi konsumen untuk berbelanja secara praktis dan efisien. Aplikasi seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada terus bersaing untuk menarik perhatian pengguna, dengan pengalaman pengguna (*User Experience/UX*) menjadi faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan pengguna dan keberhasilan bisnis mereka [1].

Dalam satu dekade terakhir, Indonesia telah mengalami transformasi besar dalam bidang perdagangan dengan semakin meluasnya adopsi Teknologi Informasi dalam proses pemasaran. *E-commerce*, atau perdagangan online, berkembang pesat dengan hadirnya berbagai *marketplace* yang memungkinkan pembeli untuk mendapatkan produk secara instan tanpa perlu mengunjungi toko fisik atau mengantre. *Marketplace* menawarkan keuntungan lain, yaitu jangkauan pasar yang lebih luas, yang mempermudah pembeli menemukan produk yang diinginkan, berbeda dengan toko fisik yang biasanya hanya melayani pasar lokal.

Namun, meskipun aplikasi *marketplace* menawarkan kemudahan, tampilan antarmuka yang kompleks sering kali menjadi kendala bagi pengguna. Banyak aplikasi *e-commerce* memiliki lapisan menu yang beragam, sehingga pengguna perlu lebih beradaptasi dengan navigasi yang ada. Oleh karena itu, penting untuk melakukan

improvisasi dalam desain aplikasi agar tampilannya lebih sederhana dan dapat diterima oleh lebih banyak pengguna.

Sebagai perusahaan yang mengandalkan penjualan melalui aplikasi, feedback negatif dari pengguna yang merasa kesulitan menggunakan aplikasi dapat menurunkan minat beli dan menurunkan tingkat loyalitas pengguna. Oleh karena itu, penting untuk melakukan evaluasi *usability* pada aplikasi *marketplace* untuk mengetahui seberapa efektif aplikasi tersebut dalam memenuhi kebutuhan pengguna.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan perbandingan nilai *usability* pada dua aplikasi marketplace dengan karakteristik yang serupa dan bersaing di pasar yang sama. Pengujian *usability* dilakukan secara objektif dengan metode *Usability Testing* menggunakan Task Scenario, serta secara subjektif melalui penyebaran kuesioner menggunakan *System Usability Scale (SUS)*. Sebelumnya, penelitian oleh juga menguji perbandingan *usability* pada aplikasi berbeda dengan metode serupa, menggunakan Task Scenario untuk memperoleh data objektif dan kuesioner SUS untuk pengujian subjektif.[2]

TikTok Shop dan Shopee sebagai objek penelitian dalam perbandingan *user experience* didasarkan pada popularitas dan perbedaan karakteristik keduanya sebagai platform e-commerce. TikTok Shop merupakan fitur belanja dalam aplikasi media sosial yang mengintegrasikan hiburan dan transaksi dalam satu platform, sehingga menawarkan pengalaman belanja yang interaktif dan berbasis konten video pendek. Shopee adalah salah satu marketplace yang mengandalkan kemudahan navigasi dan beragam fitur seperti diskon besar serta metode pembayaran yang fleksibel. Kedua platform ini memiliki pendekatan yang berbeda dalam menarik pengguna, sehingga

penting untuk membandingkan tingkat *usability* mereka menggunakan metode SUS. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan tentang bagaimana pengalaman pengguna di kedua platform dapat memengaruhi loyalitas dan kepuasan pengguna[16].

Usability Testing bertujuan untuk mengamati perilaku pengguna saat menyelesaikan tugas tertentu pada aplikasi, sedangkan SUS digunakan untuk mengukur aspek *learnability* dan *usability* secara umum. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai kelebihan dan kekurangan dari masing-masing aplikasi marketplace yang diuji.

Melalui studi perbandingan ini, diharapkan dapat mengidentifikasi aplikasi *marketplace* mana yang memberikan pengalaman pengguna terbaik dan faktor-faktor apa saja yang berkontribusi terhadap pengalaman tersebut. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan bermanfaat bagi pengembang aplikasi, tetapi juga bagi pengguna yang mencari platform belanja online yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka peneliti merumuskan masalah yaitu bagaimana perbandingan tingkat kepuasan dan kualitas *usability* antara aplikasi *marketplace* Shoope dan Tiktok shop menggunakan metode *System Usability Scale (SUS)*.

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui dan menganalisis perbandingan tingkat kepuasan dan kualitas *usability* antara aplikasi *marketplace* Shoope dan Tiktok shop menggunakan *Sytem Usability Scale (SUS)* .

1.4 Batasan Masalah

Dari uraian di atas , rumusan masalah yang akan di bahas yaitu:

- a. Penelitian ini akan membandingkan user *experience* antara aplikasi *marketplace* aplikasi shoope dan tiktok shop menggunakan *METODE SYSTEM USABILITY SCALE (SUS)* untuk pengguna.
- b. Evaluasi tingkat *usability* menggunakan *System Usability Scale (SUS)*.
- c. Responden penelitian merupakan pengguna dari aplikasi *marketplace* shoope dan tiktok shop.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah:

- a. Secara akademis, melalui penelitian ini diharapkan penulis dapat menambah wawasan terkait studi penbandingan dan evaluasi pengalaman pengguna menggunakan *User Experience* dan tingkat *usability* melalui *METODE SYSTEM USABILITY SCALE (SUS)* terhadap aplikasi *marketplace* serta mengaplikasikan ilmu yang telah didapatkan selama masa perkuliahan, dan juga diharapkan nantinya dapat menambah pengetahuan pembaca serta dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.
- b. Secara praktis, memberikan wawasan kepada mengembnag aplikasi *marketplace* tentang kekurangan dan kelebihan dari sisi *user experience (UX)* dan membantu pengguna aplikasi dalam memhami keunggulan dan kelemahan masing-masing aplikasi sehingga dapat memilih *marketplace* dengan kebutuhan mereka.