

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi membawa banyak perubahan dalam dunia bisnis, salah satu bentuk perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis adalah pemanfaatan media internet sebagai suatu sistem transaksi baru yang dikenal dengan istilah *e-commerce (electronic commerce)* atau transaksi elektronik[1]. *E-commerce* sendiri merupakan bentuk perdagangan yang dapat dilakukan secara *online* dimana seluruh pihak tidak perlu lagi bertemu dalam melakukan transaksi[2]. *Marketplace* merupakan salah satu bagian *e-commerce* yang mewadahi pemasaran produk secara elektronik antara penjual dan pembeli dalam kegiatan pemenuhan kebutuhan[3]. Menurut definisi lain, *marketplace* merupakan sebuah pasar *online* yang dijadikan tempat transaksi antara pembeli dan penjual[4]. *Marketplace* dapat berupa *website* ataupun aplikasi *mobile*. *Marketplace* yang telah berdiri di Indonesia yaitu Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan lainnya.

Tokopedia adalah *marketplace* dengan pengunjung web bulanan terbanyak di Indonesia 2021, dengan jumlah pengunjung sebanyak 135.076.700 pengunjung[5]. Lalu untuk posisi kedua dan ketiga yaitu Shopee dan Bukalapak dengan jumlah pengunjung sebanyak 127.400.000 dan 34.170.000 pengunjung[5]. Data diatas menyatakan bahwa Tokopedia lebih unggul dari Shopee dan Bukalapak, dari sisi banyaknya jumlah pengunjung web bulanan.

Tokopedia merupakan sebuah *website* jual beli *online (e-commerce)* Indonesia yang mengusung model bisnis *marketplace*. Tokopedia merupakan *startup unicorn* yang memiliki nilai valuasi tertinggi di Indonesia yaitu mencapai US\$ 18 miliar, nilai valuasi ini didapat dari gabungan dua *unicorn* yaitu Gojek dan Tokopedia yang resmi melakukan merger dengan nama GoTo[6]. Target pasar Tokopedia adalah penjual dan pembeli, dimana Tokopedia menyediakan tempat bagi penjual untuk memasarkan barang, serta pembeli untuk bisa melihat dan memilih barang yang akan dibeli. Transaksi antara penjual dan pembeli di

Tokopedia menggunakan sistem yaitu ketika adanya suatu transaksi antara pembeli dan penjual, uang dari pembeli akan ditahan terlebih dahulu di rekening milik Tokopedia, dan saat barang telah sampai ditangan pembeli barulah uang tersebut akan diteruskan ke rekening penjual. Sejak didirikannya pada 17 Agustus 2009 dan sampai sekarang, Tokopedia telah berhasil menjadi *marketplace* terunggul berdasarkan banyaknya jumlah pengunjung web bulanan dan menjadi *startup unicorn* dengan nilai valuasi tertinggi di Indonesia 2021.

Usability merupakan penilaian terhadap antarmuka dalam seberapa mudah digunakan[7]. Perancangan sistem yang terstruktur dan baik akan menghasilkan antarmuka yang mudah dalam interaksi oleh penggunanya dan dapat membuat pengunjung *website* akan kembali berkunjung dan meningkatkan kepuasan dari pengunjung[7]. Hal ini diperkuat juga dengan adanya pernyataan bahwa, *usability on a site in this way will result a more satisfying customer experience, increase the number of return visits, and improvement visitors opinions of the brand*, pernyataan tersebut dimaksudkan bahwa *usability* (kegunaan) pada sebuah situs akan meningkatkan kepuasan konsumen, meningkatkan jumlah pengunjung yang kembali berkunjung, dan memajukan pendapat pengunjung mengenai merek[8]. Maka dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa *usability* berpengaruh pada peningkatan jumlah pengunjung yang kembali berkunjung, meningkatkan kepuasan pengunjung, dan memajukan pendapat pengunjung mengenai merek.

Usability adalah suatu ukuran, dimana pengguna dapat mengoperasikan dan menggunakan perangkat lunak tanpa memerlukan banyak latihan[9]. Pengukuran dengan teknik *usability* berfokus pada penilaian tingkat kebergunaan sistem yang disediakan[10][11]. Pengukuran *usability* ditentukan oleh dua faktor, yaitu: *Operability* dan *Training*. *Operability* merupakan kecocokan operasi penggunaan sistem oleh *end-user*[9]. *Training* merupakan tingkatan dimana *software* dapat digunakan oleh *user* baru. Pengambilan nilai dari penelitian ini dapat diperoleh melalui analisis kuesioner hasil observasi *end-user*[9]. *End-user* pada penelitian ini merupakan pengguna dari *website* Tokopedia yang merupakan mahasiswa IT Telkom Purwokerto. IT Telkom Purwokerto adalah perguruan tinggi swasta yang

berlokasi di Jl. D.I Panjaitan No. 128 Purwokerto 53147, Jawa Tengah, Indonesia. Jumlah mahasiswa IT Telkom Purwokerto saat ini sebanyak 4606 mahasiswa[12].

Pengukur suatu *usability website* dapat menggunakan metode *System Usability Scale* karena memiliki beberapa keunggulan yaitu, cepat dan mudah dalam proses evaluasi, menggunakan teknologi agnostik yang artinya SUS dapat digunakan secara luas dan mengevaluasi hampir semua jenis *interface* termasuk aplikasi, *website*, *smartphone* dan lainnya, serta relatif mudah dipahami baik dari sisi individu maupun kelompok [13].

Berdasarkan penjabaran diatas, peneliti menemukan suatu permasalahan yaitu bagaimana tingkat *usability website* Tokopedia yang merupakan *marketplace* terunggul di Indonesia berdasarkan jumlah pengunjung web bulanan, dan juga *startup unicorn* dengan nilai valuasi tertinggi di Indonesia. Berdasarkan penilaian *end-user* yang merupakan mahasiswa IT Telkom Purwokerto. Hal ini dilakukan karena telah diketahuinya, salah satu faktor dari peningkatan jumlah pengunjung suatu *website* adalah *usability website* itu sendiri, penelitian ini ingin membuktikan pernyataan tersebut benar. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Alexander Agung dan Iklima Ermis dengan judul penelitian “Analisis *Usability* Pengguna *Website* Tokopedia Menggunakan Metode *McCall*” memperkuat permasalahan penelitian ini karena pada penelitian tersebut menyarankan untuk melakukan penelitian mengenai *usability website* Tokopedia menggunakan metode pengukuran *usability* lainnya[9]. Maka penulis mempunyai ide untuk melakukan penelitian dalam tugas akhir dengan judul “ANALISIS *USABILITY WEBSITE* TOKOPEDIA BAGI MAHASISWA MENGGUNAKAN METODE *SYSTEM USABILITY SCALE*”. Penelitian ini diharapkan hasilnya nanti dapat menjadi evaluasi untuk Tokopedia, yang merupakan *marketplace* terunggul berdasarkan jumlah pengunjung web bulanan serta *startup unicorn* dengan nilai valuasi tertinggi se-Indonesia 2021.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka didapatkan sebuah rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu bagaimanakah *usability* sebuah *website* Tokopedia bagi mahasiswa.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Pembahasan masalah hanya pada *usability website* Tokopedia.
2. Proses pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa IT Telkom Purwokerto yang merupakan pengguna akhir (*end user*) *website* Tokopedia.
3. Proses perhitungan data untuk hasil tingkat *usability* menggunakan metode *System Usability Scale*.

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat *usability* dari *website* Tokopedia bagi mahasiswa.

1.5 Manfaat

Pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi bagi Tokopedia dari sisi *usability website*, dimana *marketplace* ini sebagai *marketplace* terunggul berdasarkan jumlah pengunjung web bulanan dan *stratup unicorn* dengan nilai valuasi tertinggi se-Indonesia 2021.