

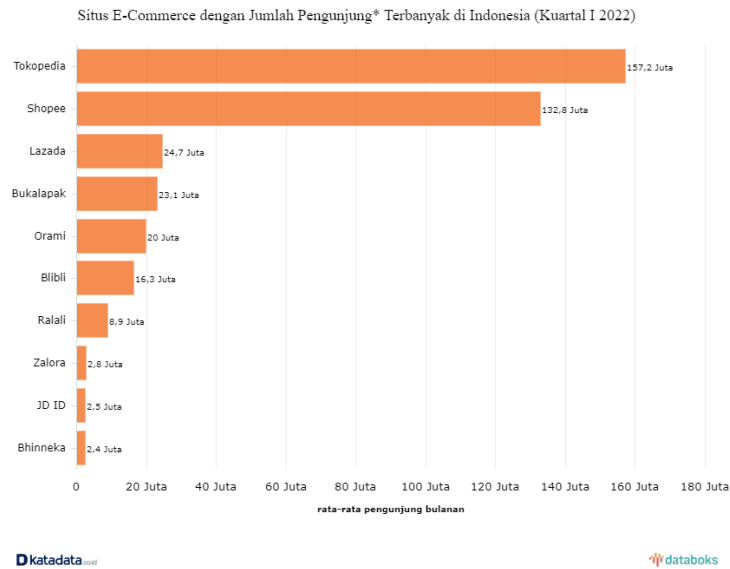
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengembangan sistem merupakan suatu sistem baru untuk menggantikan sistem yang lama secara keseluruhan atau memperbaiki sistem yang telah ada. Pengembangan biasanya diperlukan karena adanya masalah yang terjadi pada sistem yang lama berupa tidak efisiensinya operasional sistem atau terdapat kesalahan sehingga sistem tidak dapat berjalan sesuai harapan maka keterlibatan pengguna dalam proses pengembangan sistem sangat penting karena hal tersebut dapat meningkatkan kualitas sistem dengan menyediakan penafsiran kebutuhan informasi dan pengetahuan terkait dinamika lingkungan pengguna secara akurat dan lengkap[1].

E-commerce adalah salah satu aktivitas digital yang memberikan kemudahan belanja bagi pengguna[2]. Saat ini banyak usaha yang masuk kedalam dunia internet, beberapa pengusaha memilih untuk mengganti usaha mereka menjadi elektronik. Saat ini pula mulai berkembang *platform* yang disediakan untuk para usahawan yang ingin memasukkan usaha mereka dan berubah menjadi bisnis berbasis elektronik. Di Indonesia sendiri sudah banyak *platform* tersedia yang akan membantu para pengusaha agar mereka dapat menjual barang mereka lebih luas, 10 besar *platform* jual beli di Indonesia dengan urutan pertama ada Tokopedia, urutan kedua Shopee, urutan ketiga Lazada, lalu Bukalapak, Orami, Blibli, Ralali, Zalora, JD.ID, dan di urutan kesepuluh ada Bhinneka[3]. *e-commerce* sekarang menjadi suatu transaksi bisnis yang penting dalam dunia bisnis, hal ini dikarenakan perkembangan teknologi yang semakin maju.



Gambar 1. 1 Situs e-commerce dengan Jumlah Pengunjung[3]

Menurut Databook (2022), Shopee berada di urutan kedua sebagai *platform* yang banyak digunakan oleh masyarakat, dengan rata-rata pengunjung yang mencapai 132,8 juta. *Platform* yang berada pada urutan pertama sebagai *platform e-commerce* yang memiliki rata-rata pengunjung terbanyak pada kuartal I tahun 2022 adalah Tokopedia dengan jumlah 157,2 juta pengunjung, dan di urutan ketiga adalah Lazada dengan rata-rata pengunjung 24,7 juta[3]. Ada 10,9 juta pengguna yang memberikan bintang pada aplikasi Shopee dan ada 915.826 pengguna yang memberikan bintang 1 pada aplikasi per tanggal 2 Agustus 2022. Dalam aplikasi Shopee terdapat fitur yang melibatkan pengguna di dalamnya, seperti Shopee *Games*, Shopee Koin, ShopeePay, Shopee Food, SPlaylater, Shopee *Live*, Shopee Video, dan Shopee juga sering mengadakan *event* dengan cara memberikan *voucher* dan *cashback*, serta gratis ongkir dan COD pada pembelian saat *event* tersebut, lalu Shopee juga terdapat fitur Shopee *Live* dimana pengguna dapat berinteraksi langsung dengan pihak toko terkait[4][5]. Berdasarkan komentar pada aplikasi Shopee di PlayStore, Shopee memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan dari Shopee adalah menyediakan metode pembayaran yang beragam, banyak promo yang menarik, memiliki fitur COD atau bayar saat barang yang dipesan telah sampai dirumah, dan lainnya.

Kekurangan dari aplikasi Shopee adalah promo gartis ongkir yang tidak praktis, sering mengalami gagal saat meng-*upload* gambar, kurangnya pilihan bank dalam pembayaran, respon *chat* yang lama dari pihak toko, banyak *spam* seller, dan lainnya[6], selain itu Shopee juga memiliki kekurangan seperti sulit akses pada jam-jam tertentu[7] . Penelitian ini ingin melihat keterlibatan pengguna pada aplikasi Shopee dengan menggunakan *User Engagement Scale* pada kalangan masyarakat.

Ini gimna ya, ko makin kesini makin banyak update yg gajelas ya, setiap pengen belanja atau login terus beberapa detik kemudian keluar, tolong dong min, diperbaiki bug seperti ini, jadi kurang nyaman saya kalo kaya gini mah. Sering banget force close. Padahal jaringan stabil wifi gesit penyimpanan juga masih banyakk.

Ini gimana sih aplikasi, sangat buruk dan tidak nyaman, emang bener fiturnya banyak bermacam-macam, tapi updet nya tidak mengalami perubahan sedikitpun, masih ngelag, macetmacet, kadang blank padahal sinyal yah bagus, penyimpanan juga masi longgar, dari dulu Shopee emng kek gini, sangat kecewa.. Mohon kedepannya biar di perbaiki

Sistemnya banyak sekali bug. Pengoperasian sangat lelet walaupun hp saya sangat memumpuni. Fitur chat sangat mengecewakan untuk sekelas aplikasi shopee. Tokopedia jauh lebih baik dari segala sisi. Maaf pindah langganan.

Tambah jelek shopee skrng, ga bisa masuk, tiba2 kluar. Mohon segera diperbaiki, smw cara sdh dilakukan tp ttp keluar dr aplikasi. Tiap saat dicoba ttp gabisa masuk sempurna, pasti keluar trus

Saya pengguna shopee sudah lamaaa, biasanya performa aplikasi bagus. Tapi belakangan ini tiap lagi coba cari produk untuk pindah layarnya nge bug, nge lag, load ga bisa di klik, dan langsung bikin mood belanja di shopee hilang. Mungkin bisa terus diperbaiki dan ditingkatkan untuk sistemnya

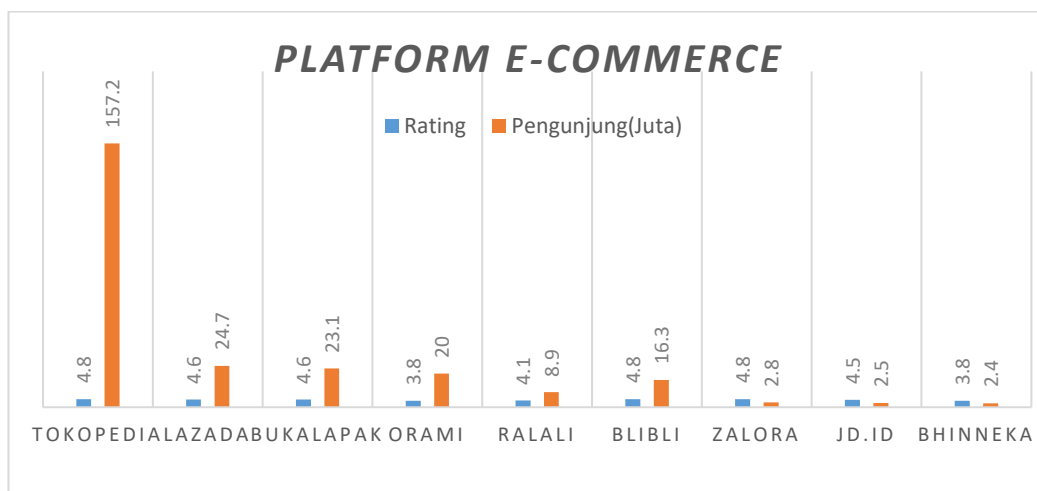
Sering ngelag.. sumpah ngeselin bgt.. mau belanja jdi ga nyaman.. pas pembayaran pun sering keluar layar putih doang.. tolonglah, ga usah byk2 pilihan menu, game/event2/ live dll itu, kalo ga bisa mastiin aplikasi jadi lancar buat dilapake..

Setelah di upgrade jadi makin lama, loading trus, padahal udh pakai wifi udh dihapus juga chace nya udh logout trus login lagi tapi masih begitu aj. Kalau emg apk gakuat hilangin aj fitur2 yang ga penting!!! Shopee sekarang terlalu banyak fitur2

Kenapa shopee semakin kesini untuk menekan menu dll itu untuk responsif nya sangan buruk.. Contoh untuk belanja milik warna dan ukuran itu sulit dan perlu di tekan berkali kali, padahal untuk scroll atas/bawah bisa, namun untuk menekan itu tidak bisa. Kondisi hp saya juga normal. Tolong untuk di perbaiki untuk tingkat performens responsifnya. (Untuk jaringan internet 4G normal tanpa kendala, cache kosong, sering melakukan pembersihan sampah berkala, shopee versi terbaru)

Gambar 1. 2 Komentar Pengguna Shopee di Playstore

Berdasarkan *observasi* pada playstore bulan Juli Shopee memiliki rating rendah, jika dibandingkan dengan aplikasi *platform e-commerce* lainnya, seperti diagram dibawah:



Gambar 1. 3 Diagram Platform e-commerce

Berdasarkan diagram diatas terdapat bahwa Tokopedia (4,8) dengan rata-rata pengunjung 157,2 juta, Lazada (4,6) dengan rata-rata pengunjung 24,7 juta, Bukalapak (4,6) dengan rata-rata pengunjung 23,1 juta, Orami (3,8) dengan rata-rata pengunjung 20 juta, Blibli (4,8) dengan rata-rata pengunjung 16,3 juta, Ralali (4,1) dengan rata-rata pengunjung 8,9 juta, Zalora (4,8) dengan rata-rata pengunjung 2,8 juta, JD.ID (4,5) dengan rata-rata pengunjung 2,5 juta, dan Bhinneka (3,8) dengan rata-rata pengunjung 2,4 juta. Shopee memiliki rating sebesar 4.5 dengan rata-rata pengunjung sebanyak 132,8 juta, pada gambar 1.2 menunjukkan beberapa komentar pengguna terhadap aplikasi Shopee. Komentar aplikasi Shopee pada Playstore mengeluhkan beberapa hal seperti konsentrasi pengguna saat menggunakan aplikasi Shopee, tampilan *interface* dalam aplikasi yang terlalu banyak fitur, dan lain sebagainya. Ada sebanyak 11 juta pengguna yang memberikan komentar terhadap Shopee, dan 915.826 yang meninggalkan komentar negatif dengan memberikan bintang 1 per tanggal 2 Agustus 2022.

Berdasarkan komentar tersebut ada 8,32% pengguna yang merasa kurang puas setelah aplikasi mengalami pengupdatean pada bulan Juni 2022 dan mereka memberikan bintang 1, lalu ada 2,02% yang memberikan bintang 2, ada 2,93% pengguna yang memberikan bintang 3, dan ada 8,12% pengguna yang memberikan bintang 4 pada aplikasi Shopee per tanggal 2 Agustus 2022. Alasan peneliti mengambil studi kasus pada aplikasi Shopee, karena seperti yang telah

disampaikan di atas bahwa Shopee berada di urutan kedua sebagai platform *e-commerce* yang memiliki rata-rata pengunjung sebanyak 132,8 juta setelah Tokopedia yang berada pada urutan pertama berdasarkan kuartal I 2022 dengan rata-rata pengunjung sebanyak 157,2 juta, tetapi Shopee memiliki bintang yang rendah dalam 3 besar *platform e-commerce* yang memiliki rata-rata pengunjung terbanyak pada tahun 2022[3]. Selain jumlah rata-rata pengunjung ada hal lain yang menjadi alasan peneliti menggunakan Shopee dengan membandingkan Shopee dengan *platform* lainnya, tabel 1.1 menunjukkan perbandingan Shopee dengan beberapa platform:

Tabel 1. 1 Perbandingan Platform

Perbandingan Platform	Gap Analisis
Shopee dengan Tokopedia[8]	<ol style="list-style-type: none"> 1. Shopee memiliki harga produk yang lebih terjangkau jika dibandingkan dengan Tokopedia. 2. Jenis produk yang ada Tokopedia menjual hal elektronik, alat Kesehatan, kecantikan sampai kebutuhan dekorasi ruangan, sedangkan shopee menjual jenis produk lebih pada <i>outfit, skincare</i>, sampai barang yang sedang <i>hype</i> dipasaran. 3. Pada aplikasi Shopee terdapat fitur <i>game</i> yang pengguna dapat mendapatkan uang, <i>voucher</i> undian hadiah, dan shopee memiliki fitur pembayaran secara cicilan atau Paylater, sedangkan Tokopedia tidak menyediakan fasilitas games yang dapat membuat pengguna terasa tertarik.
Shopee dengan Lazada [9]	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lazada memiliki konfirmasi pembayaran yang lama dibandingkan dengan shopee. 2. Lazada memiliki penyebaran fasilitas COD yang belum luas di beberapa kota sedangkan Shopee telah memiliki fasilitas COD yang luas di berbagai kota 3. Fitur pengembalian dana Lazada memiliki proses yang cukup lama jika pengguna membatalkan pemesanan
Shopee dengan Bukalapak [10]	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki keterbatasan dalam mengupload gambar dalam aplikasi Bukalapak 2. Bukalapak jarang memberikan fitur gratis

	<p>ongkir atau potongan ongkir seperti yang dilakukan oleh Shopee.</p> <p>3. Bukalapak tidak memiliki fitur stok produk di dalamnya, jika dalam Shopee terdapat fitur stok produk.</p>
Shopee dengan Orami	Aplikasi orami berisikan tentang konsultasi antara ibu dengan para ahli pada bidang pengasuhan anak, interaksi yang terjadi hanya antara ibu dan pengelola aplikasi orami saja.
Shopee dengan Blibli [11]	<ol style="list-style-type: none"> 1. Blibli memberikan konfirmasi yang terjadi cukup lama dan metode pembayaran hanya menggunakan metode pembayaran transfer 2. Pengiriman barang dalam aplikasi Blibli yang memakan waktu lama perbedaan dengan shopee yang pengiriman barang memiliki estimasi waktu 3 sampai 4 hari. 3. Blibli memberikan notifikasi dan pemberitahuan hanya ada pada awal pembelian saja dan tidak ada notifikasi.
Shopee dengan Ralali	Aplikasi untuk perusahaan dan jenis <i>e-commerce</i> ralali adalah B2B berbeda dengan shopee yang mereka jenis <i>e-commercenya</i> adalah B2C.
Shopee dengan Zalora [12]	Dalam pengiriman produk Zalora membutuhkan waktu yang lama hingga satu sampai dua minggu, jika dibandingkan shopee pengiriman produk membutuhkan waktu tidak sampai 1 minggu. Zalora masih melakukan konfirmasi pembayaran dengan sistem manual.
Shopee dengan JD.ID [13]	JD.ID memiliki produk yang kurang lengkap dan pelayanan kurang dipercaya.
Shopee dengan Bhinneka	Aplikasi Bhinneka yang melayani umkm, B2B B2G, dan <i>enterprise</i> .

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa Shopee memiliki fitur yang beragam jika dibandingkan dengan *platform* lain, Shopee juga memiliki fitur COD yang lebih luas, Shopee memiliki beragam produk yang ada didalamnya, dan memiliki estimasi waktu dalam pengiriman yang lebih cepat jika dibandingkan dengan *platform e-commerce* lain. Jika dibandingkan jumlah pengguna yang memberikan bintang 1 Shopee memiliki jumlah yang besar, yaitu 8,32%, sedangkan Tokopedia sebesar 2,89%, Lazada 4,02%, Bukalapak 6,87%,

Blibli 3,08%, Ralali 2,09%, Zalora 1,97%, JD ID 7,37%, dan Bhinneka 2,36% per tanggal 2 Agustus 2022.

User engagement adalah suatu metode melihat keterlibatan dari pengguna terhadap suatu aplikasi ataupun *website*. Pada penelitian ini akan dilakukan analisis terhadap aplikasi Shopee untuk melihat bagaimana keterlibatan pengguna Shopee terhadap perkembangan aplikasi. Respon pengguna menjadi salah satu faktor penting bagi pengembang suatu aplikasi atau *website*, karena dari respon tersebut pihak pengembang mengetahui hal apa saja yang kurang pada aplikasi yang telah mereka buat. *User Engagement* juga sebagai pengalaman yang emosional, kognitif dan perilaku pengguna dengan sumber teknologi dari waktu ke waktu[14].

User Engagement Scale adalah tingkatan keterlibatan *physical*, *cognitive*, dan emosional *customer* dalam menjalin suatu hubungan dengan pihak perusahaan. Keterlibatan pengguna meliputi reaksi awal dari pengguna terhadap suatu teknologi yang ada, penggunaan yang berkelanjutan dan menjadi keterlibatan kembali dengan sistem informasi dari waktu ke waktu. *User Engagement* menjadi salah satu strategi penting yang perlu diperhatikan oleh pengelola untuk keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu, untuk mengetahui keterlibatan pengguna, maka dapat digunakan *User Engagement Scale*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, dapat ditarik suatu rumusan masalah yaitu Shopee memiliki rata-rata pengunjung 132,8 juta tetapi mendapatkan bintang rendah (4,5), jika dibandingkan dengan beberapa *platform e-commerce* lainnya yang memiliki rata-rata pengunjung yang lebih rendah dari Shopee. Masalah yang dialami oleh pengguna seperti konsentrasi pengguna saat menggunakan aplikasi Shopee (*Focused Attention*), tampilan dari aplikasi yang kurang menarik (*Aesthetic Appeal*), respon dari pengguna terhadap aplikasi (*Perceived Usability*), tingkat keingintahuan dari pengguna tentang aplikasi Shopee (*Novelty*), perasaan yang dirasakan pengguna saat menggunakan aplikasi (*Felt Involvement*), dan daya tahan dari pengguna terhadap aplikasi (*Endurability*).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka pertanyaan utama dalam penelitian ini, yaitu bagaimana mengukur keterlibatan pengguna menggunakan *User Engagement Scale*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang sebelumnya, penelitian ini dilakukan dengan tujuan, yaitu untuk mengetahui hasil analisis keterlibatan pengguna pada aplikasi Shopee berdasarkan dimensi yang ada dalam metode UES.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian, sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan dengan menggunakan objek yaitu aplikasi Shopee.
2. Penelitian dilakukan pada masyarakat umum yang telah atau pernah menggunakan aplikasi Shopee.
3. Penelitian berfokus kepada beberapa fitur yang terdapat di dalam Shopee, seperti *interface*, *layout*, berjalannya aplikasi atau pengoperasian, *fitur*, *design*.
4. Penelitian melakukan pengumpulan data menggunakan metode kuantitatif dan survei dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat umum. Teknik yang digunakan untuk mengambil sampel adalah *teknik simple random sampling* dan penelitian menggunakan skala *likert* dengan 5 skala yang disediakan peneliti untuk responden.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan adalah penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan atau menjadi bahan yang berguna kepada pihak yang membutuhkan data seperti perihal aplikasi Shopee atau informasi untuk penelitian selanjutnya yang memiliki objek atau metode yang sama dengan penelitian ini.