

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi merupakan aspek yang paling penting, dimana teknologi sangat dibutuhkan untuk mendukung sarana kehidupan manusia. Pemanfaatan teknologi memiliki dampak positif seperti memudahkan komunikasi, mempermudah memperoleh informasi, dan mempermudah pekerjaan manusia. Selain itu, teknologi juga bermanfaat bagi pelaku ekonomi yang memudahkan mereka dalam melakukan kegiatan jual beli secara *online*. Dengan demikian, teknologi dapat dikatakan membawa perubahan bagi lingkungan manusia. Pemanfaatan teknologi membawa aspek kehidupan manusia secara positif dengan adanya digitalisasi [1].

Digitalisasi teknologi pada era modernisasi digunakan dalam perkembangan bidang usaha / bisnis digital. Perubahan digitalisasi dapat dilihat dari pertumbuhan bisnis digital yang banyak digunakan oleh masyarakat. Banyaknya bisnis yang mendominasi di masyarakat, menyebabkan persaingan di dunia bisnis digital. Untuk mendominasi persaingan yang sangat kompetitif, pelaku usaha bisnis online saat ini dituntut untuk harus lebih kreatif dan inovatif dalam memberikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen melalui perkembangan digitalisasi [2]. Perkembangan digitalisasi memberikan perubahan dengan munculnya berbagai aplikasi yang memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup. Digitalisasi dalam kegiatan jual beli ditawarkan dalam bentuk aplikasi, yang dimana aplikasi ini bermanfaat bagi masyarakat untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Dengan fenomena yang ada saat ini, banyak bermunculan penyedia jasa yang dapat memudahkan masyarakat untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan, salah satunya bisnis online atau yang dikenal dengan *e-commerce* [3].

E-commerce dapat dikatakan sebagai wadah sebagai tempat untuk kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan dengan media elektronik (internet). *E-commerce* lebih merujuk pada teknologi digital atau internet. *E-commerce* sering disebut *marketplace*, namun jika dipahami lebih mendalam, *marketplace* hanya berperan sebagai platform atau perantara. Di Indonesia, banyak jenis *e-commerce* yang bermunculan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Beberapa jenis *e-commerce* antara lain, lazada, shopee, grab, gojek,

dan lainnya. *E-commerce* tidak hanya dapat digunakan dalam bentuk aplikasi, tetapi dapat juga digunakan melalui *website* yang dimana tidak harus mengunduh. *Website* yang ditawarkan *e-commerce* lazada.co.id sama seperti platform belanja online lainnya yang menggunakan *website*, dimana *website* ini memberikan tawaran berbagai fitur dan menu untuk membantu memenuhi kebutuhan. Lazada.co.id membuat solusi kepada masyarakat yang ingin mencari kebutuhan tanpa keluar rumah. Hal ini dapat dilakukan dari rumah tanpa harus mengunjungi toko. Tujuan dari pembuatan platform ataupun *website* lazada.co.id adalah meningkatkan keefisienan dan keefektifan dari kegiatan jual beli yang dilakukan masyarakat dengan memanfaatkan digitalisasi dari teknologi dalam bentuk *website* [4].

Untuk melihat seberapa efektif dan efisiennya *website* Lazada.co.id, dibutuhkan adanya pengukuran *Usability*, *Usability* merupakan derajat kemampuan sebuah perangkat lunak yang dapat membantu pengguna dalam menyelesaikan sebuah tugas. *Usability* dimanfaatkan oleh suatu pengguna *website* dalam meraih target dengan beberapa hal yang diperhatikan yaitu efektivitas, efisiensi, serta kepercayaan *usre* dalam hal tertentu. Hal ini bertujuan untuk mempromosikan aksesibilitas dan efektivitas masyarakat untuk menggunakan layanan publik yang berbasis teknologi informasi [5]. Untuk mengetahui tingkat *usability* pada pengguna, maka digunakan *usability testing*. Uji ini bertujuan untuk mengetahui tingkat interaksi pengguna terhadap *e-commerce* Lazada dengan kriteria efektivitas, efisiensi, dan kepercayaan pengguna.

Evaluasi *usability* merujuk pada banyaknya metode yang bergantung pada kemampuan dari pengalaman pengguna *website* (*UX expert*), yang digunakan agar mengevaluasi kegunaan dari sebuah produk atau sistem pada berbagai tingkat. Evaluasi *usability* dapat diartikan sebagai suatu metode yang digunakan dalam melihat apakah sebuah *website* berhasil dijalankan sesuai dengan tujuan pembuatan suatu produk, yang dimana dalam penelitian ini produk yang dimaksud adalah berbentuk *website* [6]. Salah satu metode yang dapat digunakan dalam mengevaluasi *website* adalah metode WEBUSE. Metode WEBUSE (*Web Usability Evaluation*) termasuk metode memungkinkan pengguna sebuah *website* untuk melakukan evaluasi pada *website* yang dikunjungi tersebut. Pengembangan model pada *webuse* digunakan sebagai standar mengukur *usability* dengan

menggunakan pengumpulan data atau kuesioner sebagai pengukuran evaluasi serta memungkinkan untuk user memberikan nilai *usability* dari situs website yang akan dievaluasi. *Feedback* dari pemakai situs *website* didasari pada pengalaman penggunaan website dapat dijadikan alat untuk memperhitungkan kepuasan dari pemakai website, sehingga dapat dinilai apakah website tersebut efisien dan efektif, mudah digunakan sehingga memenuhi hasrat dari pemakai website dengan kualitas layanan yang baik [7].

Kualitas dari layanan yang ada dalam *website* dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pada situs website lazada, terdapat beberapa komentar yang menyatakan bahwa website ini membantu para konsumen, dan di lain sisi, komentar pada website ini dijadikan sebagai pengaruh baik bagi perkembangan digitalisasi website lazada.co.id [8]. Dengan adanya ulasan yang terdapat pada website lazada, maka perusahaan dapat melakukan perbaikan dan evaluasi terhadap perkembangan website yang ada di lazada.co.id.

Dengan masalah yang telah diuraikan diatas pada penelitian ini akan dilakukan analisis evaluasi dari *website* Lazada.co.id dengan menggunakan metode *WEBUSE*. Diharapkan dari adanya penelitian ini, hal ini mampu menjadi dorongan dan acuan terhadap faktor-faktor yang berperan dan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap adanya evaluasi *website* Lazada.co.id untuk menjadi rekomendasi dalam mengembangkan *website* Lazada.co.id untuk menambahkan perbaikan pada fitur dan langkah petunjuk dalam penggunaan *website* Lazada.co.id.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana evaluasi *usability* yang dilakukan pada website lazada.co.id dengan menggunakan metode *Web Usability Evaluation Tools*?
2. Bagaimana rekomendasi perbaikan dari evaluasi *usability* pada website lazada.co.id?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas diantaranya, sebagai berikut:

1. Untuk melakukan evaluasi *usability* pada website lazada.co.id dengan menggunakan metode *Web Usability Evaluation Tools*.
2. Untuk menyusun rekomendasi perbaikan berdasarkan hasil evaluasi *usability*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini dapat diambil manfaatnya, sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan oleh pihak Lazada dalam meningkatkan pelayanan pada faktor pembelian produk secara positif signifikan kepada kepuasan pengguna akhir website lazada.co.id.
2. Penelitian ini diharapkan dapat membantu bagi para pembaca dan peneliti guna memperbaiki dan bisa menjadi masukan informasi yang ingin menggunakan topik atau objek yang sama di penelitian berikutnya atau sebelumnya.

1.5 Batasan Masalah

Batasan permasalahan dibutuhkan untuk penelitian ini mencapai tujuan yang diharapkan. Batasan yang telah ditetapkan, antara lain:

1. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat evaluasi *usability* yang dilihat dari beberapa kategori yaitu *Content, Organization & Readability, Navigation & Links, User Interface Design*, dan *Performance & Effectiveness* dalam membeli produk di lazada.co.id.
2. Konsumen yang akan peneliti teliti adalah konsumen yang pernah menggunakan website lazada.co.id dan pernah melakukan pembelian barang secara online di situs website lazada.co.id.
3. Wilayah penelitian ini akan diteliti pada wilayah Medan.