

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi Informasi dan Internet kini telah berkembang sangat pesat dan memberikan kontribusi yang cukup signifikan dalam kehidupan sehari-hari salah satunya dalam berbelanja secara *online*. Belanja *online* telah menjadi kebutuhan dan gaya hidup manusia modern zaman sekarang. Tak sedikit masyarakat yang senang berbelanja mulai dari pakaian, aksesoris, perlengkapan rumah, elektronik, dan masih banyak produk lainnya (Afrianto, 2021). Selain untuk kesenangan, berbelanja juga untuk memenuhi keperluan dan kebutuhan sehari-hari. Saat ini, berbelanja sudah terbilang sangat mudah dan efektif tanpa harus keluar rumah dan terkendala jarak serta biaya transportasi karena lahirnya *E-commerce*. Berbelanja pun semakin dipermudah dan dapat digunakan oleh berbagai kalangan dan usia. Dalam era digital saat ini, perdagangan elektronik (*E-commerce*) telah berkembang menjadi salah satu sektor yang paling dinamis dan penting dalam ekonomi global. Peningkatan penggunaan *smartphone* dan akses mudah ke internet serta tingginya minat dan kebutuhan masyarakat dalam berbelanja telah mendorong pertumbuhan signifikan dalam perilaku belanja *online* (Sianipar & Djamaluddin, 2023). Dengan banyaknya aplikasi *E-commerce* yang tersedia, pengalaman pengguna yang positif menjadi kunci dalam memenangkan dan mempertahankan pelanggan.

*E-commerce* seperti Shopee, Tokopedia dan Lazada merupakan situs *web* belanja *online* yang paling populer di Indonesia dan beberapa negara di Asia tenggara dengan peringkat tertinggi dan sudah memiliki jutaan pengguna. Dengan fitur-fitur yang melimpah seperti keranjang, pembayaran *online*, sampai pengiriman telah disediakan dengan keamanan terjamin dari pihak ketiga, serta fitur *customer service* yang dapat membantu keluhan pengguna (Alamin, et al., 2023).

*User experience* (UX) dalam pengembangan aplikasi memegang peranan penting dengan melibatkan pengalaman pengguna untuk mencapai tujuan yang diinginkan. *User experience* adalah bagaimana pengalaman pengguna dalam berinteraksi dan menggunakan suatu aplikasi, kemudahan akses fitur, kecepatan

akses *loading page*, menemukan apa yang mereka inginkan, proses pemesanan dan transaksi dan lain sebagainya (Winardi, et al., 2024). Pentingnya *user experience* yang baik dalam aplikasi *E-commerce*, dimana *user experience* yang baik akan membuat kepuasan dan kesenangan ke pengguna sehingga mereka akan loyal dan terus menggunakan aplikasi atau mempromosikan aplikasi yang digunakan kepada orang lain. Dengan pesatnya pertumbuhan perdagangan elektronik dan semakin banyaknya orang yang beralih ke belanja *online*, pengalaman pengguna yang positif menjadi krusial untuk mempertahankan pelanggan dan bersaing di pasar yang kompetitif.

Namun, meskipun banyaknya pengguna aplikasi *E-commerce*, tidak semua pengalaman berbelanja *online* berjalan dengan lancar. Beberapa masalah yang mungkin muncul meliputi fitur yang membingungkan, tampilan dan tata letak yang rumit, proses pembayaran yang membingungkan, keterbatasan interaksi manusia, masalah teknis, dan lain sebagainya. Semua ini dapat berkontribusi pada ketidakpuasan pengguna dan bahkan meningkatkan tingkat pemberhentian penggunaan aplikasi.

Pengalaman setiap pengguna pada aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada tentu berbeda-beda dan memiliki kesenangan, kemudahan, serta preferensi masing-masing dalam mengakses, sehingga perlu dilakukan penelitian mendalam untuk menganalisis pengalaman pengguna pada ketiga aplikasi dan melakukan perbandingan performa aplikasi yang tergolong terbaik dan termudah untuk pengalaman pengguna dari hasil penelitian. Serta menganalisis kelebihan dan kekurangan dari masing-masing aplikasi melalui observasi dan responden yang sudah menggunakan masing-masing aplikasi untuk berbelanja dan bertransaksi hingga selesai. Dengan menggunakan metode *HEART Framework* dalam penelitian untuk mengukur pengalaman pengguna, menentukan *Happiness* (Kepuasan pengguna), *Engagement* (Keterlibatan pengguna), *Adoption* (Sejauh mana pengguna mengadopsi dan memanfaatkan fitur-fitur pada aplikasi), *Retention* (Mempertahankan pengguna), dan *Task Success* (Keberhasilan Pengguna menyelesaikan tugas-tugas yang mereka inginkan dalam aplikasi, seperti menemukan produk, penguasaan fitur, menyelesaikan pesanan dan pembayaran). *HEART Framework* adalah kerangka kerja yang digunakan untuk mengukur *User*

*experience* (UX) guna mengidentifikasi keberhasilan yang berfokus kepada pengguna (Zarkasi, et al., 2022).

Dengan demikian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan analisis mendalam mengenai Perbandingan *User experience* dalam aplikasi *E-commerce* Shopee, Tokopedia dan Lazada dengan judul “**Analisis *User experience* terhadap Pengalaman Berbelanja pada Aplikasi *E-commerce* Shopee, Tokopedia dan Lazada dengan Metode *Heart Framework*”.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *User experience* pengguna dalam berbelanja dari masing-masing aplikasi : Shopee, Tokopedia dan Lazada?
2. Bagaimana perbedaan dalam pengalaman dan kepuasan pengguna antara aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada?
3. Bagaimana analisis pengguna pada masing-masing aplikasi Shopee, Tokopedia, Lazada menggunakan *HEART Framework*?

## **1.3 Batasan Masalah**

Agar pembahasan lebih terfokus maka dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Cara pengumpulan dan pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang akan dibuat dengan *Google Form* dan diisi secara *online*, dimana penilaian akan dilakukan dengan menggunakan skala *Likert*.
2. Penelitian hanya melibatkan pengguna yang aktif dan telah menggunakan aplikasi terkait untuk berbelanja *online* selama setidaknya tiga bulan terakhir.
3. Analisis dilakukan pada tiga aplikasi *E-commerce*, yakni Shopee, Tokopedia dan Lazada.
4. Analisis pengalaman pengguna akan terfokus pada dimensi-dimensi *HEART Framework* (*Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success*).

5. Jumlah pilihan dari pertanyaan sebanyak 5 buah, yang mencakup Sangat Setuju, Setuju, Kurang Setuju, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.
6. Pembobotan skor menggunakan skala *likert*, yaitu :
  - a. Sangat Tidak Setuju = skor 1
  - b. Tidak Setuju = skor 2
  - c. Kurang Setuju = skor 3 skor
  - d. Setuju = skor 4
  - e. Sangat Setuju = skor 5

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengalaman pengguna berdasarkan HEART metriks dalam menggunakan aplikasi dan memberikan evaluasi *user experience* dari masing-masing aplikasi.
2. Masing-masing aplikasi dilakukan analisis kedalam masing-masing metriks pada *Heart Framework*.
3. Mengetahui performa aplikasi dari setiap bagian/metriks Heart apakah sudah memenuhi kriteria yang baik.
4. Memahami preferensi dan harapan pengguna terkait fitur dan proses berbelanja serta pengalaman pengguna sebelumnya di aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pemahaman mendalam informasi mengenai *User experience* pada aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada dalam proses berbelanja yang tersajikan dalam *Heart Framework*.
2. Mengetahui kesenangan dan kepuasan pengguna, *engagement*, jangka waktu pengguna aktif, keberhasilan transaksi dan lainnya yang sesuai dengan masing-masing metriks HEART.
3. Melihat perbedaan pengalaman pengguna pada aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada.

4. Memberikan kontribusi kepada pihak *software developer* untuk dapat mengembangkan atau memperbaiki fitur/layanan yang masih kurang untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pengguna sesuai hasil penelitian.
5. Membantu pengguna yang ingin berbelanja *online* untuk dapat memilih *E-commerce* yang sesuai dengan preferensi dan kriteria pengguna.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisikan susunan sebuah laporan yang dibuat agar mempermudah memahami permasalahan yang dibahas. Berikut dijabarkan sistematika penulisan dari penelitian ini:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan penjelasan teori dasar yang menjadi parameter bagi penulis dalam melakukan penelitian. Teori ini dikutip dari karya ilmiah, jurnal, buku maupun internet yang berhubungan pada penelitian

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini bersikan tentang metodologi penelitian yang dilakukan seperti metode pengumpulan data, kerangka pikir, tahapan penelitian, dan metode penyelesaian.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan penjelasan analisis penelitian terkait rumusan masalah beserta dengan hasil dari analisa penelitian.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini berisikan tentang hasil akhir yang didapatkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta bagian akhir juga diberikan saran untuk topik penelitian bagi studi selanjutnya.