

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan bisnis yang dilakukan secara online saat ini menandakan mulai meningkatnya pemanfaatan teknologi informasi. Pertumbuhan teknologi baru mendorong beberapa jalur pemasaran yang dilakukan secara online atau yang sering disebut *e-commerce*. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnisnya melalui *website e-commerce*. Faktor pendukung *e-commerce* salah satunya adalah website. Konsumen pada *e-commerce* berinteraksi dengan perusahaan menggunakan website. Salah satunya adalah website lazada.com, Lazada merupakan situs penyedia tempat jual-beli online yang memberikan jaminan 100% uang kembali kepada pembeli. Konsumen ketika berbelanja online merasa kurang percaya (Suhari, 2011)(Siagian & Cahyono, 2014) untuk melakukan pembelian secara online sehingga lazada melakukan terobosan dengan slogannya yaitu Online Shopping Mall Terkemuka Indonesia.

Kepercayaan konsumen dalam melakukan *online shopping* merupakan suatu kendala yang sulit dikendalikan kerana berhubungan dengan sikap dan perilaku konsumen sehubungan dengan *online shopping* agar pelaku usaha *e-commerce* dapat memanfaatkan potensi yang ada di Indonesia. Kualitas dari website *e-commerce* dapat berpengaruh pada banyaknya pelanggan yang memutuskan untuk *online shopping* pada *e-commerce* tersebut, untuk mengetahui

tinggi dan rendahnya kualitas sebuah website ditentukan dengan adanya sebuah standart.

Bagi konsumen *online*, melakukan transaksi dengan pemasar *online* akan mempertimbangkan ketidakpastian dan resiko jika dibandingkan dengan transaksi jual beli secara tradisional. Pembeli diberikan kesempatan yang sedikit untuk mengetahui kualitas produk dan melakukan pengujian terhadap produk yang diinginkan melalui media web. Ketika pelanggan melakukan pembelian dari website pemasar yang tidak dikenal, mereka tidak dapat mengetahui kualitas barang dan jasa yang ditawarkan. Faktor pendukung *e-commerce* salah satunya adalah website. Konsumen pada *e-commerce* berinteraksi dengan perusahaan menggunakan website. Pengukuran kualitas website dapat dilakukan dengan tools atau survei.

Pada penelitian ini, kualitas web diukur oleh pengguna khususnya oleh konsumen dengan didasari oleh pengukuran kualitas website menggunakan System Usability Scale (SUS). Pengukuran kualitas web pada SUS dilakukan oleh pengguna web tersebut sehingga pengukuran yang dilakukan akan membantu pengelola web untuk menyesuaikan kualitas web sesuai dengan persepsi pengguna. System Usability Scale memiliki beberapa variabel yang dapat diukur. Adapun instrument-instrument penelitian yang digunakan dalam *System Usability Scale* (SUS) adalah *usability* (kemudahan), *information quality* (kualitas informasi), *service interaction* (kualitas interaksi), dan kepuasan pelanggan (Agustina, 2016). Konsep pemasaran saat ini berorientasikan pada konsumen. Perilaku pada konsumen *e-commerce* memang sedikit berbeda dengan perilaku konsumen

tradisional. Ketiga variabel yang digunakan pada webqual dapat menjawab permasalahan perusahaan e-commerce dalam menjawab kebutuhan pelanggan terhadap kualitas website yang dikelola perusahaan e-commerce (Barnes dan Vidgen dalam Hasanah dkk, 2014).

Berdasarkan uraian-uraian di atas maka penulis bermaksud untuk mengangkat permasalahan tersebut sebagai bahan penelitian untuk skripsi. Adapun judul yang dipilih yaitu: **“ANALISA *USABILITY* WEBSITE LAZADA MENGGUNAKAN *SYSTEM USABILITY SCALE* (Studi Kasus : Konsumen LAZADA.com)”**

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Dari uraian permasalahan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah yang ada untuk dijadikan titik tolak pada pembahasan dalam penulisan penelitian ini. Adapun permasalahan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Menganalisis *Usability Testing* Untuk Mengukur Penggunaan Situs Web LAZADA ?“.

1.3 BATASAN MASALAH

Analisis yang dilakukan pada halaman website ini diperlukan batasan masalah, agar permasalahan yang ditinjau tidak terlalu luas dan sesuai dengan maksud dan tujuan yang ingin dicapai. Adapun batasan – batasannya adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan pada halaman website LAZADA.
2. Analisis *usability website* Lazada dengan menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS).
3. *System Usability Scale* (SUS) memuat variabel *usability*(kegunaan), *information quality* (kualitas informasi), dan *service interaction quality* (kualitas interaksi pelayanan).
4. *System Usability Scale* (SUS) dengan pengukuran berupa angka dengan skala 1-5.
5. Penelitian tidak mengubah kebiasaan dari pengguna website serta Analisis tujuan dan penggunaan website.
6. Responden penelitian ini adalah orang-orang yang tidak menggunakan dan atau yang menggunakan *website* Lazada.
7. Pengolahan data menggunakan *Microsoft Excel* dan *Google Docs*.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk:

1. Menentukan tingkat kepuasan dan kegagalan pengguna saat ini.
2. Memberikan rekomendasi perbaikan terhadap permasalahan yang ada berdasarkan saran dari responden.
3. Menganalisis *usability* pada *website* Lazada.co.id dengan menggunakan metode *usability testing* dan *System Usability Scale* (SUS) serta pengolahan data menggunakan *software* *Googlo Docs* dan *Microsoft Excel*.

4. Mengetahui tingkat *usability Website* LAZADA bagi para penggunanya yaitu *usability, information quality, dan service interaction quality*.
5. Mengetahui apakah Penerapan *Usability Testing* Untuk Mengukur Penggunaan Situs Web LAZADA berguna dalam kehidupan sehari-hari (berbelanja *online*).

1.5. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Penulis

Manfaat yang bisa didapat oleh penulis adalah dapat meningkatkan pemahaman serta dapat menambah wawasan dalam penulisan dan dapat meningkatkan pengetahuan dibidang ilmu komputer yang dapat diterapkan dan digunakan dalam kegiatan masyarakat nantinya.

2. Bagi Akademik

Dijadikan sebagai tambahan referensi khususnya mengenai perkembangan teknologi informasi yang dapat digunakan oleh pihak-pihak yang memerlukan serta mampu menghasilkan sarjana sarjana yang handal dan dapat membina kerja sama yang baik antara lingkungan akademik dengan lingkungan kerja yang ada.

3. Bagi Pembaca

Dengan adanya penulisan ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya serta untuk menambah wawasan dalam mengevaluasi situs web LAZADA ini.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari enam bab yang berguna untuk memberikan gambaran secara umum mengenai keseluruhan bab yang saling berhubungan satu sama lainnya. Adapun isi pokok bahasan masing-masing bab adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang teori-teori penunjang yang di dapat dari jurnal, buku dan lain-lain dalam penelitian sebagai pembahasan pokok permasalahan dengan cara mengutip dan menuangkan suatu ide atau pendapat para pakar sehingga penulis dapat menarik kesimpulan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metode yang digunakan dalam penelitian. Seperti parameter penelitian, model yang digunakan, rancangan penelitian, teknik-teknik pengumpulan data, penentuan responden, teknik analisis data, serta tools (alat bantu) yang digunakan.

BAB IV : ANALISIS

Bab ini berisi tentang analisis permasalahan atau teori-teori yang digunakan. Pada dasarnya bab ini menjelaskan materi dan alat yang diperlukan dalam menganalisis data, dan data-data yang diperlukan dalam menganalisis.

BAB V : HASIL DAN REKOMENDASI

Bab ini berisi tentang memuat hasil dari analisis *usability* yang diolah menggunakan *Microsoft Excel*. Uji Validitas dan gambar untuk mendapatkan hasil yang Signifikan dari hipotesis penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan-kesimpulan dari penulis untuk hasil penelitian dan saran yang berguna bagi pembaca maupun penelitian selanjutnya.