

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Memanfaatkan kemalasan seseorang untuk mendatangi toko yang hanya untuk berbelanja atau melihat produk serta harga terbaru, merupakan salah satu alasan terciptanya penjualan yang instan dan praktis. Di era modern ini, para pakar teknologi informasi mengembangkan sebuah sistem penjualan berbasis web. Orang hanya tinggal berkunjung di sebuah situs untuk melihat foto produk serta harga produk tersebut bahkan melakukan transaksi jual beli di dalam situs tersebut[1]. *E-commerce* adalah kegiatan melakukan transaksi bisnis secara online melalui media internet dan perangkat-perangkat yang terintegrasi dengan *internet*. Selain itu, maraknya penggunaan *smartphone* di era teknologi saat ini juga membuat dunia bisnis *e-commerce* mulai beradaptasi dan berkembang menjadi *mobile commerce (M-Commerce)*.

Kemajuan teknologi yang terus berkembang memudahkan para pengguna dalam melakukan berbagai kegiatan yang dibutuhkan, salah satunya adalah kemudahan dalam mencari berbagai keperluan kebutuhan sehari-hari yang dapat diakses melalui *internet*. *Internet* cenderung lebih banyak dipilih karena memiliki kecepatan akses yang tinggi, lebih efektif dan efisien.

Hadirnya aplikasi jual beli *online (e-commerce)* menjawab kebutuhan masyarakat agar segala sesuatunya dapat dilakukan dengan praktis, beberapa jenis *e-commerce* yang sedang berkembang saat ini di Indonesia seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli, Bukalapak, JD.ID dan TiktokShop, yakni

inovasi aplikasi *e-commerce* yang didukung oleh teknologi komunikasi melalui *smartphone* sehingga masyarakat semakin tertarik untuk menggunakannya karena sangat praktis dan dapat mengakses fitur ini kapan saja dan dimana saja.

Diantara banyaknya layanan *e-commerce* yang ada di Indonesia, Salah satu yang populer adalah toko *online* Lazada. Lazada Indonesia didirikan padatahun 2012 dan merupakan salah satu cabang dari jaringan retail *online* Lazada di Asia Tenggara. Lazada Asia Tenggara merupakan cabang anak perusahaan jaringan Rocket Internet, perusahaan asal Jerman. Sebagai pendatang baru di *bisnis e-commerce* Indonesia, Lazada mampu merebut perhatian sebagian besar masyarakat *internet* (*netizen*). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nusa Research yang berjudul “*E-Commerce* Indonesia 2014 Omnibus Popular Brand Index”, Lazada merupakan situs *e-commerce* terpopuler di Indonesia saat ini . Berdasarkan situs pemeringkat website Alexa.com, Lazada saat ini menempati urutan ke-11 sebagai situs yang paling sering dikunjungi dilihat dari *Play Store* ada 100 jt+ Dowload , 12+ Rating dan 21 jt Ulasan . Peringkat tersebut menempatkan Lazada di urutan pertama sebagai situs toko *online business to consumer* (B2C) yang paling sering dikunjungi [2].

Dengan berbagai kemudahan yang diberikan, tidak menutup kemungkinan bahwa banyak pengguna aplikasi Lazada yang tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, beberapa pengguna mengatakan bahwa dalam aplikasi Lazada banyak muncul iklan sehingga mengganggu kepuasan pengguna,tingkat

keamanan aplikasi tidak berkualitas, barang-barang tidak sesuai dengan gambar atau deskripsi yang tertera, sistem pengiriman aplikasi Lazada terkadang tidak sesuai estimasi.

Berdasarkan permasalahan diatas terlihat adanya permasalahan yang terjadi ketika pengguna menggunakan aplikasi Lazada, oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan analisis lebih lanjut guna mengetahui tingkat kesuksesan aplikasi Lazada pada masyarakat Kota Jambi, adapun analisis dilakukan pada aplikasi Lazada yang tersedia di *Playstore* dan *Appstore*, dan yang akan menjadi tempat dari penelitian ini adalah masyarakat Kota Jambi yang sudah menggunakan aplikasi Lazada.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *Delone and McLean*. Model ini tidak mengukur ke enam dimensi pengukuran kesuksesan sistem informasi secara independen tetapi mengukurnya secara keseluruhan satu mempengaruhi yang lainnya. Pengukuran model ini antara lain kualitas sistem (*System Quality*), kualitas Informasi (*information Quality*), kualitas layanan (*Service Quality*), penggunaan (*Use*), kepuasan Pemakai (*User Satisfaction*), dan manfaat bersih (*Net Benefit*)[3].

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengukur kesuksesan aplikasi Lazada dengan judul “**Analisis Kesuksesan Aplikasi Lazada Menggunakan Metode *Delone and McLean*”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti yaitu ,”Bagaimana menganalisa kesuksesan aplikasi Lazada pada masyarakat Kota Jambi menggunakan *Delone and Mclean?*”

1.3 BATASAN MASALAH

Agar penelitian dapat lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan maka penulis menetapkan Batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada aplikasi Lazada
2. Penelitian ini dilakukan menggunakan model *Delone and Mclean*.
3. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner melalui *google form*.
4. Kriteria responden yang diambil adalah masyarakat Kota Jambi yang pernah dan masih aktif menggunakan aplikasi Lazada.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat kesuksesan aplikasi Lazada Kota Jambi menggunakan *Delone and Mclean*.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan bagi pembaca mengenai tingkat kesuksesan aplikasi lazada.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan lagi layanan dan sistem pada aplikasi *Lazada* sebagai informasi bagi perusahaan.
3. Dapat digunakan oleh peneliti lain sebagai bahan pengetahuan serta sebagai perbandingan dan sumber acuan untuk kajian pada bidang yang sama.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan menggambarkan secara umum tentang apa yang akan dibahas secara umum dalam setiap bab dari laporan skripsi, yang terdiri dari 6 bab. Adapun susunannya adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan masalah, manfaat masalah, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan tentang teori-teori yang dipakai guna menunjang penelitian ini yaitu teori tentang konsep analisis,

kesuksesan Aplikasi *Lazada* diprovinsi Jambi dan metode *Delone and Mclean*.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang kerangka kerja penelitian, metode pengumpulan data, pengumpulan sampel, skala liker dan alat bantu penelitian.

BAB IV : MODEL DAN INSTRUMEN PENELITIAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum objek organisasi penelitian, pengembangan model dan hipotesis penelitian, serta menganalisis dan mengukur kesuksesan aplikasi *Lazada* menggunakan metode *Delone and Mclean*.

BAB V : HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian, pengembangan model penelitian, hipotesis penelitian, profil responden, analisis data atau pengolahan data hasil kuesioner menggunakan *smart-PLS* dan hasil penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini memuat tentang kesimpulan-kesimpulan mengenai pembahasan dan bab-bab sebelumnya dan juga disini penulis mencoba memberikan saran – saran yang kiranya dapat membangun kearah yang lebih baik.

