

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Di era modern, Internet merupakan hal yang umum. tapi, sebagian besar orang masih belum menyadari bahwa penggunaan Internet bisa mencakup hal yang lebih luas lagi dan menyeluruh, serta pencarian berupa informasi pun dapat melalui media Google. Namun, seiring dengan perkembangannya, jaringan media sosial meluncurkan sebuah media platform online yang memungkinkan pengguna untuk mencari informasi, berkomunikasi, mencari teman, dan melakukan pembelian produk secara online tanpa mengkhawatirkan waktu atau lokasi.

Facebook, Inc adalah sosial media online asal Amerika dan juga perusahaan jejaring sosial berbasis di Menlo, California, AS. *Facebook* adalah suatu layanan jejaring sosial yang awalnya diluncurkan sebagai *Face Mash* pada bulan Juli tahun 2003, dan kemudian diganti nama menjadi Facebook pada 4 Februari 2004. Sejarah berdirinya *Facebook* didirikan oleh Mark Zuckerberg dan teman-teman di asrama kuliahnya di Universitas Harvard yaitu Eduardo Saverin, Andrew Mc Collum, Dustin Moskowitz dan Chris Hughes [1].

Facebook meluncurkan fitur digital marketingnya yaitu Market place yang merupakan pengembangan dari Facebook Group dan dibuat karena banyaknya aktivitas jual beli dalam jejaring media sosial tersebut. Fitur Facebook Market place ini merupakan bentuk dari sebuah pasar online yang mewadahi berbagai kegiatan jual beli para penggunanya. Pada saat membuka aplikasi tersebut, pengguna disuguhkan berbagai macam rangkaian foto produk. Selain itu, pengguna dapat mengatur radius jarak produk. Fitur-fitur Marketplace pun memudahkan para pebisnis, UMKM, usaha kecil dan lain-lain untuk memasarkan produknya sekaligus dengan mudah menjual pada waktu kapan pun dan dimana pun dengan hanya melalui

Android. Marketplace ini tidak hanya mudah digunakan, namun juga memiliki jangkauan yang luas sehingga Anda dapat dengan mudah menjangkau pembeli di berbagai wilayah [2].

Namun dari serangkaian pemakaian pada Aplikasi tersebut, kami sebagai peneliti pun melihat survey data langsung melalui kolom komentar pengguna pada aplikasi marketplace Facebook di Play Store, dari situ kami menemukan berbagai macam permasalahan yang di lontarkan pengguna Marketplace Facebook di kolom komentar Play Store. Jadi dari hal itu saya sebagai peneliti ingin menganalisa secara langsung dan memberikan solusi terhadap beberapa Permasalahan dan kekurangan aplikasi Facebook Marketplace sendiri. Permasalahan pada aplikasi tersebut seperti, sulitnya memposting produk karna terlalu banyaknya persyaratan yang harus di isi disaat ingin memposting produk, lambatnya proses promosi produk, serta Jika penjual mengunggah terlalu banyak produk, Facebook mengklasifikasikannya sebagai postingan spam, lalu sulitnya mengupload gambar listing saat ingin menjual suatu barang di Marketplace Facebook, dan promosi yang hanya terbatas tidak lebih dari 20 Grup.

Tentu Dari beberapa rangkuman hasil permasalahan tersebut, kami sebagai peneliti menganalisa dan menemukan solusi untuk permasalahan tersebut dengan menggunakan metode *End User Computing Satisfaction (EUCS)*. *End User Computing Satisfaction* merupakan sebuah metode untuk membandingkan harapan pengguna dan sistem informasi yang sebenarnya untuk menentukan seberapa puas mereka terhadap suatu sistem aplikasi [3]. Serta juga Menurut penelitian para ahli seperti J. Doll dan Torkzadeh [4] "*End User Computing Satisfaction* adalah evaluasi secara keseluruhan dari para pengguna sistem informasi yang berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan sistem tersebut".

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (*Putri Nawang Wulan*) dengan judul penelitian "**Analisis Kepuasan Pengguna Marketplace pada Aplikasi Facebook Menggunakan Metode *Delone and Mclean***" [5] dari penelitian tersebut hasil akhir yang di dapat yaitu bahwa metode *Delone and McLean* yang digunakan dalam penelitian ini dengan 9

hipotesis dan setelah dianalisis ada 4 (H5, H7, H8 dan H9) hipotesis memberikan pengaruh yang positif dan ada 5 (H1, H2, H3, H4, dan H6) yang tidak memberikan pengaruh positif.

Maka dari penelitian ini pula penulis ingin mencoba membandingkan bagaimana peran metode yang penulis gunakan ini apakah berpengaruh besar pada kepuasan pengguna dan perubahan aplikasi tersebut. Dari penelitian ini juga permasalahan yang telah diuraikan, akan dikembangkan kualitas layanan Marketplace aplikasi Facebook terhadap kepuasan pengguna dan pembaharuan dari aplikasi untuk dapat meringankan permasalahan yang sering terjadi.

Pada penelitian ini penulis mengukur kepuasan pengguna Marketplace Facebook menggunakan metode *End User Computing Satisfaction*. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk menganalisis kepuasan pengguna Marketplace Facebook dengan judul “**Analisis Kepuasan Pengguna Marketplace pada Aplikasi Facebook Menggunakan Metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS) Di Kota Jambi**”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan dari Latar Belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana melihat kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi Marketplace Facebook dengan metode **EUCS** di Kota Jambi?”

1.3 BATASAN MASALAH

Dari perumusan masalah diatas penulis menentukan Batasan masalah penelitian yaitu :

1. Untuk lebih memfokuskan pada permasalahan yang akan diteliti, maka penelitian ini dibatasi sebagai berikut:
2. Penelitian ini dilakukan hanya pada aplikasi Marketplace.
3. Responden dari penelitian ini yaitu pengguna aplikasi Marketplace yang berada di wilayah Kota Jambi.

4. Penelitian ini menggunakan metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS).
5. Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner dengan bantuan Google Form.
6. Menggunakan alat pengukuran statistik Smart PLS.

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi Marketplace Facebook di Kota Jambi menggunakan metode EUCS.
2. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling mempengaruhi terhadap perilaku pengguna pada aplikasi Marketplace Facebook.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, antara lain :

1. Dapat memberikan kepuasan pengguna dalam menggunakan Aplikasi tersebut.
2. Dari variabel yang di dapat, kita dapat mengetahui dan mengidentifikasi untuk melakukan tahap perbaikan kekurangan pada aplikasi tersebut.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memberikan gambaran umum mengenai keseluruhan penulisan Ilmiah ini dapat dilihat sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas latar belakang masalah yang mendasari penelitian, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian yang ingin dicapai dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada Bab ini berisikan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu teori tentang kepuasan pengguna seperti konsep analisis, dan metode EUCS.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan menjelaskan tahapan-tahapan dari proses yang dilakukan selama mengerjakan penelitian dan metode yang akan digunakan untuk menganalisis kualitas informasi dan kualitas layanan aplikasi Marketplace.

BAB IV : ANALISIS

Bab ini menguraikan bagaimana sebuah gambaran umum objek penelitian, model penelitian, hipotesis, serta pengembangan kuesioner yang digunakan dalam penelitian.

BAB V : HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian, pengembangan model penelitian, hipotesis penelitian, analisis data atau pengolahan data hasil kuesioner menggunakan *smartPLS* dan hasil penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Pada Bab ini memuat kesimpulan dan saran mengenai pembahasan dari Bab sebelumnya.