

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era digital saat ini aplikasi mempunyai andil besar dalam berbagai unsur kehidupan, termasuk dalam memfasilitasi interaksi antara pengguna dan layanan. Internet sebagai produk revolusi teknologi, telah mempermudah masyarakat untuk mengakses berbagai kemudahan, seperti berbelanja *online*, mengakses informasi secara *online* dan sebagainya. Tidak ketinggalan juga kesederhanaan pembelian barang digital seperti seperti *voucher game online*, *voucher streaming video online* dan *voucher* produk digital yang awal mulanya panggilan untuk pergi ke toko fisik untuk membeli produk yang kita inginkan, kini menjadi mudah dengan adanya aplikasi atau layanan secara *online* salah satunya aplikasi *Codashop*. *Codashop* merupakan salah satu platform yang menyediakan layanan pembelian *voucher game* dan *voucher top-up*. Dengan demikian, sangatlah penting untuk mengerti serta memanfaatkan layanan ini [1].

Dengan lebih dari 7 juta pengguna aktif bulanan yang tersebar di Asia Tenggara[2], *Codashop* mengklaim memiliki 65 juta konsumen aktif di banyak negara pada tahun 2021 dengan lebih dari 40.000 jaringan distribusi, volume transaksi harian terbesar *Codashop* berada di atas 1,5 juta[3]. Secara *revenue* *Codashop* merupakan salah satu platform *top-up* yang sukses di Asia Tenggara pada tahun 2021, pendapatan *Codashop* diperkirakan mencapai lebih dari \$500 juta berkat kolaborasi dengan *game* populer dan metode pembayaran yang bervariasi seperti *e-wallet* (OVO, GoPay, Dana), Transfer bank, dan pulsa operator. Secara tren pengguna *Codashop* tidak terlepas selama pandemi COVID-19 yang mengalami peningkatan tajam karena lonjakan waktu yang dihabiskan oleh masyarakat untuk hiburan digital, khususnya *gaming* [4].

Penelitian mengenai kepuasan pengguna *Codashop* perlu dilakukan kembali karena perkembangan pesat dalam teknologi digital dan layanan *e-commerce*. Selain itu, dengan munculnya kompetitor baru, serta perubahan perilaku konsumen, dinamika pasar pada industri *game* terus berkembang. Oleh karena itu penting untuk mengevaluasi apakah *Codashop* masih memenuhi ekspektasi pengguna. Kepuasan pengguna menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan platform ini dalam menarik lebih banyak pelanggan. Pada penelitian sebelumnya belum mengukur setiap

dimensi yang mempengaruhi kepuasan pengguna terhadap aplikasi *Codashop*. Adapun penelitian sebelumnya hanya membandingkan kualitas situs *web Codashop* dan *UniPin* menggunakan teknik *WebQual 4.0*, serta mengkaji dampak iklan, harga, dan kualitas produk terhadap kecenderungan konsumen *Codashop* untuk membeli. Hal tersebut menandakan bahwa studi yang membahas isu ini masih belum benar-benar mengukur tentang tingkat kepuasan pelanggan pada aplikasi *Codashop*.

Salah satu pendekatan yang bisa dimanfaatkan untuk mengukur kebahagiaan pengguna adalah EUCS, yang mencakup sejumlah variabel seperti *Content*, *Accuracy*, *Format*, dan *Timeliness*[5]. Meskipun variabel *Usability* pada metode EUCS sama dengan variabel *Easy Of Use*, variabel *Interaction Quality* sama dengan variabel *Satisfaction*, dan variabel *Information Quality*, metode *WebQual 4.0* tidak secara spesifik mengukur serta mencakup aspek kepuasan pelanggan. Untuk mengukur dan menyelidiki parameter dalam kontes kepuasan pelanggan *Codashop*, penelitian lebih lanjut harus dilakukan.

1.2. Rumusan Masalah

Beberapa dimensi yang mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi *Codashop*, seperti *Content*, *Accuracy*, *Format*, dan *Timeliness*, belum diteliti secara mendalam dalam penelitian sebelumnya. Meskipun penelitian sebelumnya menggunakan metode *WebQual 4.0* untuk membandingkan kualitas *website Codashop* dan *UniPin*, serta meneliti pengaruh kualitas produk, harga, dan iklan terhadap minat beli, belum ada penelitian yang mengukur kepuasan pelanggan secara komprehensif pada aplikasi *Codashop*.

1.3. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap aplikasi *Codashop* berdasarkan dimensi *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Timeliness*, dan *Ease of Use*?

1.4. Batasan masalah

Penelitian ini menggunakan metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS) untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap aplikasi *Codashop*. Namun, dalam penelitian ini, hanya lima dimensi yang diukur yaitu: *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Timeliness*, dan *Ease of Use*. Penelitian ini tidak mencakup dimensi lain seperti yang

dapat menjadi bagian dari pengukuran kepuasan pengguna dalam penelitian yang lebih luas.

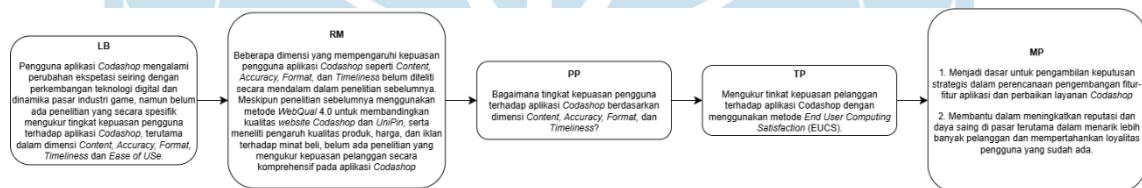
1.5. Tujuan Penelitian

1. Mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap aplikasi *Codashop* dengan menggunakan metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS).

1.6. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan strategis dalam perencanaan pengembangan fitur dan peningkatan layanan aplikasi *Codashop*. Manfaat kedua adalah sebagai rekomendasi yang diberikan dapat membantu *Codashop* dalam meningkatkan reputasi dan daya saing di pasar, serta menarik lebih banyak pelanggan dan mempertahankan loyalitas pengguna yang sudah ada.

1.7. Bagan Keterkaitan



Gambar 1. 1. Bagan Keterkaitan