



BAB II

STUDI LITERATUR

Shopee merupakan salah satu platform *e-commerce* yang didirikan pada tahun 2015 oleh Forrest Li, yang juga merupakan pendiri Sea Group (sebelumnya dikenal sebagai Garena). Berikut merupakan Tabel 2.1 merupakan *timeline* perkembangan shopee dari awal berdiri hingga saat ini.

Tabel 2.1 Timeline Perkembangan Shopee

No	Tahun	Keterangan
1	2015 : Kelahiran shopee	1. Shopee diluncurkan pertama kali di Singapura pada tahun 2015. 2. Platform ini awalnya dirancang sebagai marketplace C2C (<i>customer-to-customer</i>). 3. Dalam waktu singkat, Shopee memperluas operasinya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina
2	2016-2017 : Ekspansi Cepat	1. Shopee mulai memperkuat posisinya di pasar Asia Tenggara. 2. Pada 2016, shopee meluncurkan shopee mall, platform B2C (<i>business-to-customer</i>) yang menampilkan brand-brand ternama. 3. Shopee juga mulai memperkenalkan fitur-fitur inovatif seperti shopee live dan shopee games untuk meningkatkan engagement pengguna.

Tabel 2.1 Timeline Perkembangan Shopee (Lanjutan)

No	Tahun	Keterangan
3	2018-2019: Pertumbuhan signifikan	1. Shopee mencatat pertumbuhan transaksi yang signifikan di berbagai negara. 2. Pada 2018, shopee meluncurkan shopee feed, fitur sosial yang memungkinkan pengguna berbagi konten terkait produk. 3. Shopee mulai berinvestasi besar dalam iklan dan pemasaran, termasuk menggandeng selebriti sebagai brand ambassador
4	2020: Momentum di tengah pandemi	1. Pandemi COVID-19 mempercepat adopsi <i>e-commerce</i>, memberikan momentum besar bagi pertumbuhan shopee. 2. Shopee memperkuat layanan pengiriman dan logistiknya untuk mengakomodasi peningkatan permintaan. 3. Peluncuran ShopeePay sebagai metode pembayaran digital terintegrasi.
5	2021-2022: Inovasi dan ekspansi global	1. Shopee mulai ekspansi ke pasar di luar Asia Tenggara, termasuk Amerika Latin dan Eropa. 2. Peluncuran berbagai program mendukung UKM dan penjual lokal. 3. Pengenalan fitur shopee video dan shope live

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
 Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Tabel 2.1 Timeline Perkembangan Shopee (Lanjutan)

No	Tahun	Keterangan
6	2023: Fokus pada efisiensi dan inovasi berkelanjutan	1. Shopee melakukan optimalisasi operasional di berbagai negara. 2. Pengenalan fitur COD-Cek Dulu di Indonesia pada Mei 2023, meningkatkan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi. 3. Terus berinovasi dalam teknologi AI dan <i>machine learning</i> untuk meningkatkan pengalaman berbelanja.
7	2024: Konsolidasi dan penguatan posisi pasar	1. Shopee terus memperkuat posisinya sebagai salah satu platform <i>e-commerce</i> terbesar di Asia Tenggara. 2. Fokus pada pengembangan ekosistem digital yang terintegrasi, menggabungkan <i>e-commerce</i>, pembayaran digital, dan layanan finansial.

Sepanjang perjalanannya, shopee telah berevolusi dari sebuah *marketplace* sederhana menjadi ekosistem *e-commerce* yang komprehensif, keberhasilan shopee dapat dikaitkan dengan strategi lokalisasi yang kuat, fokus pada *mobile-first approach*, dan inovasi berkelanjutan dalam fitur dan layanan. Meskipun menghadapi persaingan ketat dari pemain besar lainnya seperti lazada dan tokopedia, shopee telah berhasil membangun basis pengguna yang loyal dan terus berkembang di berbagai pasar.



2.1 Tinjauan Pustaka

Berdasarkan studi literature dan observasi yang dilakukan oleh peneliti, peneliti telah menemukan kasus yang memiliki korelasi yang searah dengan penelitian yang akan di bahas.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Shania dan Tranggono [9] penelitian ini membahas tentang evaluasi usability pada aplikasi shopee versi sekarang menunjukkan nilai untuk atribut *effectiveness* sebesar 94%, atribut *efficiency* sebesar 90%, dan atribut *satisfaction* dengan skor SUS sebesar 47,5 dan dengan tingkat *acceptability* termasuk *not acceptable*, serta perolehan *grade scale* F yang termasuk ke dalam *adjective* rating kategori *Poor*. Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Gulo dkk [10] dalam penelitian ini membahas mengenai analisis *usability testing* menggunakan metode SUS terhadap kepuasan penggunaan fitur aplikasi tiktop shop. Kemudian juga ada penelitian yang dilakukan oleh Azizah [11] dari hasil penelitian yang telah dilakukan dalam melakukan evaluasi usability aplikasi mobile Ibis Paint X menggunakan SUS, dapat ditarik kesimpulan bahwa Ibis Paint X mendapatkan nilai 64,61. Nilai tersebut masuk dalam Grade nilai C dan *Adjective Rating* pada kelompok oke. Selanjutnya penelitian yang digunakan membahas mengenai evaluasi dengan metode yang berbeda yang dilakukan oleh Hidayah dan Rofiqoh [12] dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner NAU yang dibagikan kepada mahasiswa aktif. Kuesioner tersebut terdiri dari 26 pertanyaan, mencakup 6 pertanyaan pada atribut Learnability, 5 pertanyaan pada atribut Efficiency, 4 pertanyaan pada atribut Memorability, 4 pertanyaan



pada atribut Error, dan 7 pertanyaan pada atribut Satisfaction.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Huda dkk [13] hasil penelitian menjelaskan mengenai tanggapan positif dari pengguna lama dan baru, mayoritas pengguna merasa bahwa aplikasi ini mudah digunakan, memiliki tampilan antarmuka menarik, dan tanggapan negatif nya pada saat membuka aplikasi nya bagi pengguna lama dan baru masih mengalami lag. Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Samsudin dkk [14] hasil penelitian yang dilakukan terhadap 30 responden, dapat diperoleh hasil skor rata-rata melalui kuesioner dengan skor 80.5. Dari segi *acceptability* menilai aplikasi azkiya creative pada Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya' dikategorikan *acceptable*, *grade scale* menilai aplikasi dari aspek tingkat kualitas, hasil evaluasi menunjukkan bahwa aplikasi azkiya creative berada pada *grade scale B*, dan *adjective* dikategorikan *excellent*, dapat disimpulkan bahwa aplikasi ini tidak membutuhkan perbaikan dan layak digunakan para santri maupun pengajar.

Kemudian ada penelitian yang dilakukan Ratnawati dan Faris [15] berdasarkan evaluasi *User Experience* (UX) menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) pada aplikasi Tokopedia, ditemukan kesan positif secara keseluruhan terhadap aplikasi tersebut. Dalam penelitian ini, enam skala UEQ yang digunakan mencakup daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pengguna memiliki impresi positif terhadap aplikasi Tokopedia secara keseluruhan. Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Khudzaeva dan Asnadi [16] Penelitian ini membahas mengenai tingkat usability pada Aplikasi BRImo menggunakan metode kuesioner dan Model DeLone & McLean memberikan



gambaran yang jelas tentang bagaimana aplikasi ini mempengaruhi kepuasan nasabah, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BRImo memiliki dampak yang positif dan signifikan dalam hal ini. Berdasarkan respons yang telah dihimpun dan dihitung oleh peneliti, tingkat usability aplikasi BRImo diperoleh sebesar 76.57%. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Tambajong dkk [17] dari penelitian yang telah dilakukan didapat bahwa tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi Tiktok Shop ini setelah diukur menggunakan *System Usability Scale* (SUS) dapat diambil kesimpulan hasil penilaian yang diberikan kepada 105 orang responden memperoleh skor sebesar 74. Dengan *acceptability ranges* “Acceptable” dan *range* “High”. Dengan *grade scale* termasuk kedalam kelas “C”. dan pada model *adjective ratings* “good”. Kemudian ada penelitian yang juga dilakukan oleh Setiawan dan Wicaksono [18] penelitian tersebut membahas mengenai evaluasi usability yang menggunakan *SUS Questionnaire* terhadap 10 responden mahasiswa aktif lintas angkatan platform Google Classroom sebesar 82,8. dengan rating “Excellent” dan Letter Grade “A”. dari hasil ini didapati google calssroom sudah memenuhi unsur Usablity , namun terdapat saran untuk perbaikan untuk Google classroom perlu penambahan tombol fitur “live conference” untuk melengkapi fiturnya, attachment beberapa video pembelajaran, yang langsung bisa diakses di dalam classroom.

2.2 Rangkuman

Berdasarkan beberapa review artikel tersebut maka dapat dirangkum bahwa artikel tersebut bisa dijadikan sebagai acuan atau panduan penelitian yang berkaitan dengan evaluasi kepuasan pengguna terhadap sistem



pembayaran COD-Cek Dulu pada aplikasi shopee, salah satu metode penelitian yang sering digunakan yaitu *System Usability Scale* (SUS).

Dalam penelitian ini memiliki spesifikasi yang berbeda dengan penelitian sebelumnya seperti beberapa aspek utama, yaitu fokus penelitian dan ruang lingkup aplikasi yang lebih khusus, sebagian besar penelitian terdahulu menyoroti evaluasi keseluruhan *usability* aplikasi, sementara penelitian ini secara spesifik berfokus pada salah satu fitur yang ada di dalam aplikasi shopee yaitu sistem pembayaran COD-Cek Dulu di shopee, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi secara lebih mendetail aspek-aspek kegunaan, kepuasan, serta potensi masalah yang unik pada sistem pembayaran COD-Cek Dulu, yang berbeda dengan fitur umum atau aplikasi lain, kemudian ruang lingkup aplikasi yang lebih khusus penelitian terdahulu membahas aplikasi secara keseluruhan, seperti Shopee, Tiktok Shop, atau aplikasi lainnya tanpa menyegmentasi fitur tertentu. Dalam penelitian ini, ruang lingkupnya dipersempit hanya pada satu fitur khusus di aplikasi Shopee yaitu sistem pembayaran COD-Cek Dulu sehingga membuat peneliti akan memperoleh data yang lebih akurat tentang pengalaman pengguna dalam konteks penggunaan fitur tersebut saja, berikut merupakan Tabel 2.2 perbandingan hasil penelitian dengan literature.

Tabel 2.2 Perbandingan Hasil Penelitian dengan Literatur

Aspek	Penelitian Hidayah dan Rofiqoh (2024)	Penelitian Ratnawati dan Faris (2023)	Penelitian Nurjannah (2025) COD-Cek Dulu di Shopee
Metode Penelitian	Quetionnaires Nelsen's Attributes Of Usability (NAU)	User Experience Questionnaire (UEQ)	System Usability Scale (SUS)



Tabel 2.2 Perbandingan Hasil Penelitian dengan Literatur(Lanjutan) 15

Pendekatan	Berkombinasi langsung dengan kemampuan belajar pada pada software visual studio code.	Langsung berfokus ke pengalaman pengguna secara keseluruhan pada aplikasi tokopedia	Berpusat langsung kepada tingkat kepuasan pengguna metode pembayaran COD-Cek dulu
Fokus Evaluasi	<i>Learnability, Efficiency dan Memorable</i>	Pengalaman, kejelasan, ketepatan dan stimulasi	Tingkat kepuasan, keefisienan dan keefektifan.
Efisiensi Waktu	Waktu yang lama, karena memerlukan analisis mendalam terkait atribut yang eror dalam software	Relatif lama karena harus menganalisis sebuah pengalaman dalam menggunakan aplikasi.	Sangat efisien karena hanya menyebarkan kuesioner dengan 10 pertanyaan standar SUS, dengan minimal responden 30.
Jenis Penelitian Subjek Evaluasi	Kuantitatif Pelajar	Mix Kuantitatif dan kualitatif Masyarakat pengguna tokopedia	Mix Kuantitatif dan deskriptif Mahasiswa/I UNISI dengan umur 17-23 tahun dan menggunakan shopee

2.3 Kesimpulan

Dalam penelitian ini berfokus pada kepuasan pengguna fitur COD-Cek Dulu pada aplikasi shopee dengan metode *System Usability Scale* (SUS), penelitian ini akan mengisi celah penelitian terdahulu yang cenderung mengevaluasi aplikasi secara menyeluruh, dengan penelitian ini tentu akan menawarkan nilai tambah berupa pemahaman yang lebih mendalam mengenai kepuasan pengguna pada sistem pembayaran COD-Cek Dulu yang merupakan salah satu keunggulan shopee, fitur tersebut merupakan salah satu fitur terbaru dari aplikasi shopee sehingga belum ada penelitian yang berfokus kepada sistem pembayaran tersebut.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.