

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Seperti yang kita ketahui, sekarang Indonesia sedang berada di tengah kondisi pandemi *Corona Virus Disease* atau sering disebut dengan COVID-19. Pandemi global ini telah menelan korban meninggal sebanyak 36.721 orang di Indonesia hingga Maret 2021. Berdasarkan data yang ditunjukkan tentunya virus ini sangatlah berbahaya dan penyebarannya sangat cepat. Monica dan Dini (2020), menyatakan bahwa dalam surat edaran Kemendikbud No. 2 tahun 2020 dan No. 3 tahun 2020 tentang “pencegahan dan penanganan *corona virus disease*”, semua lembaga pendidikan diwajibkan untuk memberlakukan pembelajaran secara *online*. Pada kalangan mahasiswa, kegiatan pembelajaran secara *online* yang dapat diterapkan adalah dengan menggunakan *video conference* melalui platform *Personal Computer* (PC), laptop, dan *smartphone*, dengan koneksi internet melalui beberapa aplikasi, seperti *Zoom Cloud Meeting*, *Skype*, dan *Google Hangouts Meet*.

Angelina dan Rahadi (2020) melalui *Statqa Analytics* memaparkan jumlah pengguna dari aplikasi *video conference* yang ada di dunia pada Maret 2020. Berdasarkan data tersebut, aplikasi yang memiliki jumlah pengguna paling banyak di antara aplikasi *video conference* lainnya adalah *Zoom Cloud Meeting* dengan jumlah pengguna sebanyak 257.853 pengguna. Setelah itu, diikuti dengan aplikasi lainnya seperti *Skype* dengan 71.155 pengguna, dan *Google Hangouts Meet* sebanyak 10.454 pengguna. Pertiwi (2020), melalui *kompas.com*, aplikasi *Zoom Meeting* melaporkan bahwa platformnya sudah digunakan oleh 300 juta orang. Jumlah tersebut mengalami kenaikan dari bulan April lalu yang hanya mencapai 200 juta pengguna. Data tersebut menunjukkan adanya kenaikan pengguna aplikasi *Zoom Cloud Meeting* (Pertiwi, 2020).

Kenaikan tersebut sejalan dengan penelitian Rezki et al (2014), yang menunjukkan bahwa pengguna *Zoom Cloud Meeting* memberikan review yang lebih baik dibandingkan dengan pengguna *Google Meet*. Pengguna lebih banyak memberikan bintang 1 sebanyak 59 untuk *Zoom Cloud Meeting* dan 152 untuk *Google Meet*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pengguna *Zoom Cloud Meeting* lebih tinggi dibandingkan dengan *Google Meet*. Penggunaan sebuah

produk termasuk aplikasi seperti *Zoom Cloud Meeting* tentunya akan memberikan kesan terhadap penggunanya. Kesan tersebut, dapat berupa kenyamanan dan kepuasan ataupun sebaliknya. Salah satu kesan yang diperoleh pengguna adalah kepuasan.

Kepuasan menurut Kotler (dalam Abdurahman dan Prasetyo, 2016), adalah tingkat perasaan seseorang yang telah membandingkan kinerja ataupun hasil dengan apa yang diharapkannya. Hal tersebut dapat dilihat dari kesesuaian suatu harapan dengan apa yang didapat ketika menggunakan suatu barang ataupun jasa. Sedangkan menurut Peter dan Olson (2010), kepuasan adalah salah satu bentuk dari perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh Kognisi dan Afeksi. Kognisi dalam hal ini menggambarkan pada pemikiran konsumen yang yakin akan sebuah produk, sedangkan Afeksi mengacu pada perasaan konsumen yang menggambarkan perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu produk. Deng et al (2010), juga berpendapat bahwa kepuasan adalah keadaan dimana individu menunjukkan adanya respon yang menyenangkan atas terpenuhinya kebutuhan, keinginan, dan tujuan berdasarkan evaluasi seberapa baik sebuah produk atau layanan.

Dalam kaitannya dengan pengguna, menurut Kotler dan Keller (2007) kepuasan pengguna adalah suatu perasaan di mana seseorang merasa senang ataupun kecewa setelah membandingkan antara kinerja yang diharapkan atas suatu produk atau jasa dengan kesan terhadap kinerja produk yang telah dipikirkan. Joudeh dan Dandis (2018), mengemukakan bahwa kepuasan pengguna berkaitan dengan kebutuhan pengguna yang mana pengguna akan merasa puas dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Kristanto (2011), menambahkan jika produk atau jasa tersebut dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan dari pelanggan, maka kepuasan pelanggan dapat diperoleh, begitupun sebaliknya jika hasil dari suatu produk atau jasa tidak seperti yang diharapkan oleh pelanggan maka pelanggan tidak merasa puas, dan tidak mendapatkan kepuasan. Triswandari (dalam Muhsin, A., & Zuliestiana, D. A. 2017), memperkuat dengan menyatakan bahwa kepuasan pengguna hanya dapat terbentuk apabila pengguna merasa puas atas fasilitas yang mereka terima. Gilbert & Voloutou (dalam Joudeh dan Dandis, 2018) mengatakan bahwa harapan sendiri diartikan sebagai persepsi dan keyakinan yang

terbentuk sebagai tolak ukur atau titik standar suatu produk atau layanan yang dapat dinilai oleh pengguna.

Oleh karena itu, pengguna menjadikan harapan sebagai standar nilai minimal untuk dapat mencapai kepuasan. Supriyatna & Maria (2017), menyatakan tahap evaluasi akan menentukan apakah suatu produk dapat memberikan manfaat bagi konsumen yang menggunakannya seperti yang semestinya. Tahap evaluasi ini dilakukan agar nilai sebuah produk dapat terukur dan dapat menggambarkan kepuasan dari pengguna itu sendiri. Doll dan Torkzadeh (dalam Hutami dan Camillia, 2016), mendefinisikan kepuasan pengguna adalah keadaan dimana pengguna membandingkan antara harapan dengan kenyataan dari sebuah sistem aplikasi.

Dalam penelitian ini pengguna yang dimaksud adalah kalangan mahasiswa. Hal tersebut dikarenakan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muiz et al (2020), pada beberapa mahasiswa yang melaksanakan pembelajaran melalui *video conference* menyatakan bahwa media pembelajaran menggunakan video sangat membantu proses belajar pada pendidikan formal. Hal ini disebabkan karena anak – anak generasi Z, yakni yang lahir pada tahun 1997 – 2009, memiliki gaya belajar yang berbeda. Generasi ini lahir pada zaman teknologi yang sudah canggih sehingga gaya belajar yang diterapkan lebih mengarah kepada visual dan audio. Terlebih lagi mahasiswa sendiri lebih dapat menentukan bagaimana suatu aplikasi berhasil atau tidak dikarenakan penggunaan mereka cenderung lebih banyak dari siswa pada umumnya (Brahma, 2020).

Sejalan dengan pendapat tersebut, Menurut Lupiyoadi & Hamdani (dalam Puspitasari dan Widayanto, 2019) menyatakan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional pelanggan, dan harga produk. Disamping itu, Kotler & Keller (2007), juga menyebutkan ada beberapa ciri-ciri kepuasan pengguna diantaranya adalah peningkatan penggunaan, setia lebih lama dalam menggunakan produk, *word of mouth communication*, mempercayai layanan perusahaan, melakukan transaksi rutin atau pembelian ulang, serta membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produksi yang ada.

Berlandaskan temuan-temuan yang sudah dipaparkan, maka peneliti mencari tahu bagaimana kepuasan pengguna *Zoom Cloud Meeting* di Universitas Negeri Jakarta. Penulis sudah melakukan studi pendahuluan kepada beberapa mahasiswa yang berada di Universitas Negeri Jakarta yang masing-masing mewakili fakultasnya. Penulis mendapatkan 5 responden yang berasal dari FIP, FIS, FT, dan FBS. Dari studi pendahuluan yang dilakukan oleh penulis, hasil yang didapat adalah 3 dari 5 responden menyatakan belum puas terhadap aplikasi *video conference Zoom Cloud Meeting*, dan 2 responden yang lain menyatakan puas akan aplikasi tersebut. Ketiga responden tersebut menyatakan ketidakpuasan mereka terhadap aplikasi *Zoom Cloud Meeting* karena masih ada beberapa kendala yang dialami dan terkadang mengganggu dalam melaksanakan kegiatan perkuliahan ataupun kegiatan lainnya.

Kendala tersebut diantaranya adalah, jika pengguna hanya menggunakan aplikasi tersebut secara gratis, waktu yang diberikan hanya sekitar 40 menit, hal itu dirasa mengurangi kepuasan pengguna saat menggunakan aplikasi tersebut jika sedang mengikuti kelas *online*. Kemudian kendala lainnya adalah ketika melakukan *screen sharing* terkadang tidak menampilkan apa yang dibagikan di dalam *room meeting*, dan pilihan *virtual background* dari *Zoom Cloud Meeting* sendiri yang masih kurang terasa formal.

Untuk memberikan perbandingan temuan studi pendahuluan yang peneliti lakukan pada mahasiswa UNJ, penulis juga melakukan wawancara dengan beberapa mahasiswa pengguna *Zoom Cloud Meeting* pada perguruan tinggi di Jakarta yang berbeda. Hasil studi pendahuluan menunjukkan bahwa, pengguna merasa puas dengan fitur-fitur yang disediakan oleh *Zoom Cloud Meeting* karena dapat mendukung kegiatan perkuliahan yang pengguna lakukan. Terdapat fitur-fitur unggul yang disenangi yaitu, mereka dapat mengganti *virtual background* sesuai dengan gambar yang mereka inginkan, mereka bisa merekam sesi *meeting* yang dilakukan sehingga bisa dilihat lagi setelah selesai, dan bisa digunakan diberbagai macam perangkat seperti *laptop* ataupun *smartphone*. Temuan ini memberikan hasil yang berbeda dengan yang terjadi di Universitas Negeri Jakarta.

Berdasarkan hasil dari studi pendahuluan yang penulis lakukan, dapat dilihat bahwa fitur-fitur merupakan salah satu permasalahan yang dilontarkan para

pengguna aplikasi *Zoom Cloud Meeting*, hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alencia (2018) yang menyatakan bahwa apabila suatu aplikasi memiliki fasilitas yang baik dalam hal kualitas sistem, dan kualitas informasi maka pengguna akan mendapatkan pengalaman yang baik dan akan memberikan kepuasan pengguna yang tinggi.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Deng et al (2010), menyatakan bahwa ada salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna yaitu pengalaman pengguna (*user experience*). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yulianti dan Rachmawati (2017), menunjukkan bahwa *user experience* berpengaruh dalam peningkatan Kepuasan Pengguna. Sesuai dengan temuan tersebut, hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Hutabarat (2014), menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh *user experience* terhadap kepuasan pengguna. Dari hasil temuan-temuan yang didapat oleh penulis, menunjukkan bahwa ada keterkaitan antara *user experience* dengan kepuasan pengguna. Penelitian lain juga menunjukkan hasil yang serupa yaitu penelitian yang dilakukan oleh Amalina dan Jumhur (2018). Penelitian tersebut menunjukkan hasil dimana pengalaman pengguna memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi GAMPIL.

Dapat disimpulkan dari penelitian-penelitian tersebut, bahwa *user experience* berpengaruh terhadap meningkatnya kepuasan para pengguna. *User experience* memiliki pengaruh yang cukup signifikan sejalan dengan penelitian oleh Amalina dan Jumhur (2018).

Alben (1996) mendefinisikan *user experience* sebagai aspek yang berkaitan dengan pengalaman seorang pengguna saat berhubungan dengan teknologi ataupun media interaktif. ISO (2010) mengemukakan bahwa *user experience* sendiri adalah persepsi seseorang dan responnya dari penggunaan sebuah produk, layanan, atau sistem. Raharjo & Japarianto (2017), mendefinisikan bahwa *user experience* merupakan gambaran dari sebuah kejadian yang dapat membuat pengguna untuk merasakan kepuasan atau bahkan tidak ingin lagi menggunakan suatu produk atau layanan. Sorooshian et al (2013), menambahkan bahwa *user experience* merupakan sebuah interaksi antara pengguna yang merenspons sejumlah reaksi terhadap sebuah produk ataupun layanan.

Hutabarat (2014) berpendapat bahwa semakin lama pengguna menggunakan produk ataupun jasa, akan menumbuhkan perhatian mereka terhadap produk dan jasa tersebut, dengan begitu pengguna akan dapat menilai apakah produk atau jasa tersebut mengalami keberhasilan atau kegagalan. Deng et al (2010), juga menambahkan bahwa reaksi tersebut memicu terjadinya kesan yang diperoleh dari produk tersebut dapat berpengaruh terhadap harapan diskonfirmasi harapan (*expectation disconfirmation*) yang dimana menentukan apakah suatu produk dapat melampaui harapan pengguna atau justru lebih rendah dari harapan pengguna. Deng et al (2010), juga memperkuat dengan menambahkan bahwa kesan yang diperoleh dapat berpengaruh terhadap nilai manfaat (*utility*) serta nilai kesenangan (*hedonicity*) sehingga pengguna dapat menentukan aoa yang pengguna rasakan apakah merasa puas atau tidak puas. Rodden et al (dalam Annisa et al 2019), menambahkan bahwa *user experience* adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengguna suatu produk ketika ingin memilih merek dan juga perusahaan mana yang akan dipilih untuk digunakan.

Menurut Kotler dan Keller (2012), *user experience* sendiri dapat diukur melalui 4 dimensi yaitu *functionality*, *trustworthiness*, *social*, dan *service quality*. Sedangkan Menurut Rodden et al (2010), *user experience* memiliki beberapa dimensi, diantaranya adalah *Happines* yang berhubungan dengan aspek subjektif dari pengalaman pengguna, *Task Succes* mencakup beberapa perilaku dari pengalaman pengguna, *Earning* merupakan persepsi dari pengguna mengenai keuntungan dan juga manfaat yang didapat, dan *Uptime* mengenai jaminan informasi dan keandalan fitur aplikasi.

Berdasarkan fenomena dari hasil temuan studi pendahuluan yang telah dilakukan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik pengaruh *User Experience* terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Zoom Cloud Meeting* pada mahasiswa saat pandemi COVID-19.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, penulis mengidentifikasi permasalahan yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan bahwa fenomena COVID-19 sebagai pandemi global dan Indonesia juga terkena dampaknya
2. Dengan diberlakukannya PJJ, maka perkuliahan diterapkan dengan cara *Video conference* yang di mana menggunakan aplikasi untuk dapat dibuka di *Laptop, PC, dan Smartphone*.
3. Salah satu aplikasi *video conference* yang cukup banyak digunakan adalah *Zoom Cloud Meeting*, dengan jumlah pengguna sebanyak 257.853 ribu orang berdasarkan data dari *Statqa Analytics*.
4. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan terdapat adanya ketidakpuasan yang terjadi pada mahasiswa ketika menggunakan aplikasi *Zoom Cloud Meeting*.

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan di atas, penulis membatasi permasalahan dalam penelitian ini adalah *User Experience* yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi Zoom Meeting pada mahasiswa saat pandemi COVID-19.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi serta pembatasan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh antara *User Experience* dan kepuasan pengguna aplikasi Zoom Meeting pada mahasiswa saat pandemi COVID-19?”

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *User Experience* terhadap kepuasan pengguna aplikasi Zoom Meeting pada mahasiswa saat pandemi COVID-19.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis sebagai berikut:

### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

Secara ilmiah, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai ilmu pengetahuan tentang *User Experience* terhadap kepuasan pengguna.

### **1.6.2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah kajian yang dapat digunakan bagi penelitian selanjutnya untuk mengukur variabel *User Experience* dan kepuasan pengguna.

