

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

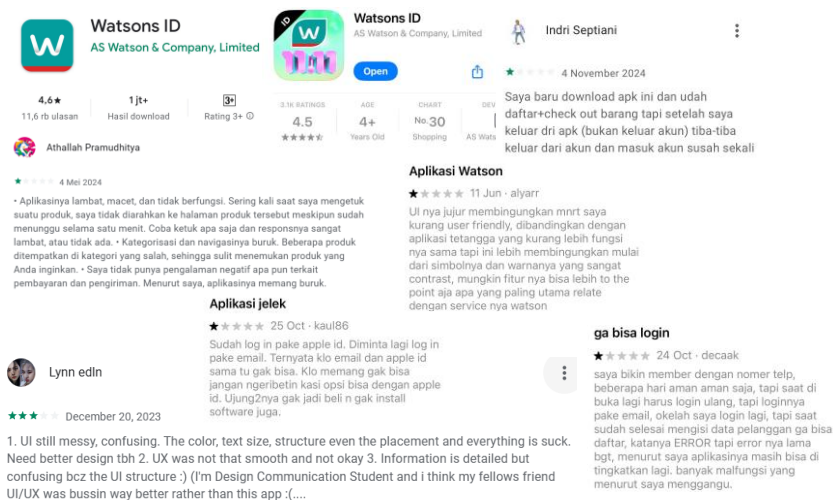
Pesatnya pertumbuhan teknologi di Indonesia telah mendorong perkembangan signifikan di sektor *e-commerce*, dengan jumlah pengguna mencapai 65,65 juta pada tahun 2024 [1]. Sektor kecantikan dan kesehatan menjadi salah satu yang mengalami pertumbuhan pesat, dengan total nilai penjualan FMCG melalui *e-commerce* mencapai Rp 57,6 triliun pada 2023, dimana kategori kecantikan dan perawatan menyumbang 49% dan kesehatan 18,7%, dengan peningkatan penjualan produk kecantikan sebesar 9% dibandingkan tahun sebelumnya [2]. Berdasarkan survei APJII, mayoritas pengguna internet berasal dari Generasi Z (34,40%) dan Milenial (30,62%), dengan Generasi X (18,98%), Post Gen Z (9,17%), Baby Boomers (6,58%), dan Pre Boomers (0,24%) [3]. Potensi adopsi platform *e-commerce* oleh Gen Z sangat besar, dengan 54% masyarakat Indonesia memilih berbelanja melalui *e-commerce*, dimana sebagian besar pembeli berasal dari Gen Z [4]. Sekitar 85% transaksi *e-commerce* berasal dari pengguna berusia 18-35 tahun yang mencakup kelompok Gen Z, dengan dominasi transaksi pada kategori kecantikan dan perawatan [5].

Watsons Indonesia, bagian dari AS Watson Group, merupakan salah satu pemain utama di pasar kecantikan dan kesehatan yang didirikan pada 2005 dan diakui sebagai peritel Perawatan Pribadi dan Kecantikan No.1 di Asia berdasarkan survei Top 50 Customer Experience Brands oleh Campaign Asia [6]. Watsons menerapkan strategi digital terintegrasi melalui aplikasi yang menawarkan kemudahan seperti pemesanan online, pembayaran fleksibel, dan program loyalitas menarik [7]. Meskipun aplikasi Watsons memperoleh rating tinggi (4.6 di Play Store dan 4.5 di App Store), analisis ulasan pengguna selama periode 2022 hingga 2024 menunjukkan adanya sejumlah permasalahan penting yang dialami pengguna.

Melalui *web scraping* terhadap ulasan pengguna yang dilakukan selama periode tersebut, ditemukan bahwa pada tahun 2022, 35% ulasan mencatat *rating*

bintang 1, yang meningkat tajam menjadi 76% pada tahun 2023. Meskipun persentase ulasan bintang 1 menurun kembali menjadi 41% pada tahun 2024, tren ini mencerminkan adanya polarisasi kuat dalam penilaian pengguna terhadap aplikasi. Sebaliknya, ulasan bintang 5 menunjukkan fluktuasi, yaitu 49% pada tahun 2022, menurun tajam menjadi 15% pada tahun 2023, dan kemudian meningkat menjadi 43% pada tahun 2024.

Data ini mengindikasikan adanya permasalahan serius yang perlu dievaluasi lebih lanjut. Keluhan yang paling sering muncul berkaitan dengan performa aplikasi, seperti bug, error, dan waktu muat yang lama, yang menyebabkan pengalaman pengguna terganggu. Selain itu, keluhan mengenai layanan juga cukup dominan, dengan masalah seperti respon customer service yang lambat, kesulitan dalam proses refund, dan ketidaksesuaian harga yang seringkali merugikan pengguna [[8], [9]]. Gambar 1.1 menyajikan cuplikan ulasan pengguna dari aplikasi Watsons selama tiga tahun terakhir, yang menggambarkan dinamika persepsi pengguna terhadap aplikasi ini.



Gambar 1. 1 Rating dan Ulasan Aplikasi Watsons

Tingginya persentase rating negatif menunjukkan perlunya evaluasi penerimaan teknologi pada aplikasi Watsons ID untuk mencegah perpindahan pengguna ke platform lain, terutama mengingat intensitas belanja online Gen Z yang tinggi [4]. Skripsi ini bertujuan mengisi kesenjangan tersebut dengan mengevaluasi penerimaan teknologi aplikasi Watsons ID menggunakan model

UTAUT2, dengan kebaruan pada fokus terhadap karakteristik unik Gen Z dalam konteks *e-commerce* kecantikan dan kesehatan.

Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) pengembangan dari model UTAUT yang mencakup *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions* [10]. serta menambahkan *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* [11], serta variabel moderasi seperti gender, usia, dan pengalaman [11].

Penelitian terdahulu menunjukkan keberhasilan model UTAUT2 dalam menjelaskan adopsi teknologi *e-commerce*. Cao [12] membuktikan bahwa model ini mampu menjelaskan 69,5% faktor yang mempengaruhi intensi perilaku Generasi Z dalam menggunakan *e-commerce*. Penelitian Kartikasari *et al.* [13] yang menggunakan UTAUT2 dalam konteks *e-commerce* kosmetik mengonfirmasi pengaruh positif dari mayoritas konstruk UTAUT2 terhadap *Behavioral Intention*, dengan *gender* sebagai moderator signifikan. Penelitian Hanif *et al.* [14] menemukan bahwa beberapa konstruk UTAUT2 seperti *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* menjadi faktor krusial dalam adopsi teknologi belanja *mobile*. Namun, studi-studi sebelumnya juga menunjukkan hasil yang beragam terkait peran moderasi gender dalam adopsi teknologi *e-commerce*. Studi terdahulu menunjukkan hasil yang beragam terkait moderasi gender. Penelitian Cao [12] menemukan bahwa gender tidak memiliki pengaruh signifikan secara keseluruhan, meskipun *Hedonic Motivation* menunjukkan pengaruh negatif terhadap *Behavioral Intention* pada perempuan. Sebaliknya, penelitian Kartikasari *et al.* [13] mengonfirmasi bahwa gender merupakan moderator signifikan dalam konteks *e-commerce* kosmetik.

Perbedaan temuan ini menjadi semakin menarik untuk diteliti, terutama mengingat karakteristik unik Generasi Z yang memiliki pandangan lebih terbuka terhadap produk kecantikan dan kesehatan tanpa batasan gender. Dengan mempertimbangkan kompleksitas ini, model UTAUT2 menjadi kerangka yang tepat untuk menganalisis penerimaan teknologi pada aplikasi *e-commerce* kecantikan dan kesehatan seperti Watsons ID yang banyak digunakan oleh Generasi Z.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang, didapatkan rumusan masalah yaitu bagaimana hasil evaluasi penerimaan pengguna Generasi Z terhadap aplikasi Watsons ID di Indonesia dengan menggunakan model UTAUT2 dan bagaimana peran gender sebagai variabel moderasi dalam model tersebut?

1.3 Batasan Penelitian

1. Skripsi ini difokuskan pada penerimaan aplikasi Watsons ID di kalangan pengguna Generasi Z di Indonesia, berusia 17 hingga 27 tahun.
2. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2), yang mengacu pada penelitian Cao [12].
3. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit*, *Behavioral Intention*, dan *Use Behavior* dengan moderasi *Gender*.
4. Pengguna aktif aplikasi Watsons ID yang dalam rentang 3 bulan terakhir telah menggunakan aplikasi secara aktif sebanyak 5-6 kali dalam sebulan dan telah melakukan minimal 2 kali transaksi.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penerimaan pengguna Generasi Z terhadap aplikasi Watsons ID di Indonesia dengan menggunakan model UTAUT2 dan menganalisis peran gender sebagai variabel moderasi dalam model tersebut.

1.5 Manfaat Penelitian

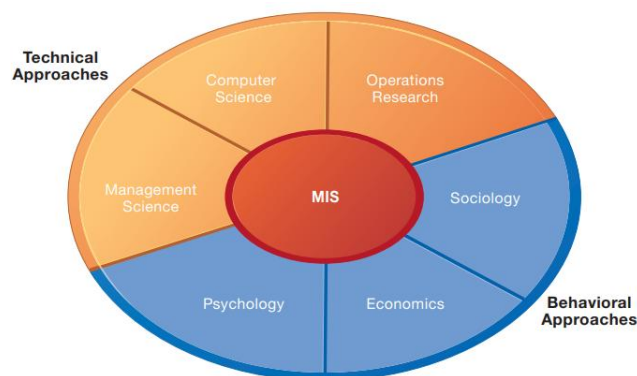
Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengevaluasi penerimaan pengguna Generasi Z terhadap aplikasi Watsons ID di Indonesia.

2. Sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut dengan topik serupa.
3. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur tentang penerimaan teknologi di Indonesia, khususnya dalam konteks aplikasi ritel di bidang kecantikan dan kesehatan bagi Generasi Z.
4. Sebagai bahan masukan bagi pengembang aplikasi agar dapat terus memperbaiki dan meningkatkan aplikasi Watsons ID.

1.6 Relevansi Sistem Informasi

Sistem informasi merupakan kumpulan komponen yang berfungsi untuk mengambil atau mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi guna mendukung pengambilan keputusan dan kontrol dalam suatu organisasi [15]. O'Brien & M. Marakas [16] mendefinisikan bahwa sistem informasi merupakan kombinasi dari manusia, *hardware*, *software*, jaringan komunikasi, sumber data, kebijakan dan prosedur yang telah terorganisir untuk menyimpan, mengambil, mengubah, dan menyebarkan informasi dalam suatu organisasi. Selain itu, Stair & Reynolds [17] menyampaikan bahwa sistem informasi juga mencakup mekanisme umpan balik (*feedback*) untuk memastikan tujuan yang diinginkan dapat tercapai.



Gambar 1. 2 Pendekatan Manajemen Sistem Informasi

Sumber: Laudon & Laudon [15]

Menurut Laudon & Laudon [15], dalam bukunya menjelaskan bahwa studi sistem informasi dikaji melalui dua pendekatan utama, yaitu *technical approaches* dan *behavioral approaches*. *Technical approaches* berfokus pada model matematis, teknologi yang mendasarinya, dan kapabilitas teknis dari sebuah sistem.

Sementara *behavioral approaches* merupakan pendekatan yang mempelajari bagaimana sistem informasi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perilaku pengguna, karakteristik organisasi, dan kebijakan.

Dalam konteks penelitian ini, pendekatan *behavioral approaches* menjadi landasan yang relevan karena penelitian ini berfokus pada analisis penerimaan teknologi aplikasi Watsons ID menggunakan model UTAUT2. Pendekatan ini memahami bagaimana faktor-faktor seperti *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* dapat mempengaruhi minat dan perilaku penggunaan aplikasi oleh pengguna. Pendekatan *behavioral approaches* dalam penelitian ini didukung oleh karakteristik aplikasi Watsons ID sebagai platform *e-commerce* yang keberhasilannya sangat bergantung pada penerimaan dan perilaku penggunanya. Berbeda dengan *technical approaches* yang lebih berfokus pada aspek teknis, *behavioral approaches* memungkinkan penelitian ini menganalisis faktor-faktor perilaku yang mempengaruhi penerimaan teknologi. Model UTAUT2 sendiri merupakan pengembangan dari berbagai teori perilaku teknologi, yang sejalan dengan prinsip *behavioral approaches* dalam memahami interaksi antara pengguna dan sistem informasi.

1.7 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, relevansi sistem informasi dalam konteks penelitian, serta penjelasan mengenai sistematika penulisan yang digunakan. Bab ini memberikan gambaran umum mengenai pentingnya topik yang diteliti dan konteks yang melatarbelakanginya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori-teori dasar yang mendasari penelitian ini serta tinjauan penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan.

Pembahasan teori-teori ini akan menjadi landasan dalam memahami masalah yang diangkat dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan metodologi yang digunakan dalam penelitian, mencakup langkah-langkah yang diambil mulai dari perancangan penelitian, teknik pengumpulan data melalui survei, identifikasi masalah, pengembangan model konseptual, hingga pengujian hipotesis. Selain itu, dijelaskan pula tentang penentuan populasi dan sampel, instrumen yang digunakan, serta prosedur analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian secara rinci, dengan fokus pada analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan aplikasi Watsons ID oleh pengguna Generasi Z. Hasil ini kemudian dianalisis menggunakan model UTAUT2, dengan menguji hipotesis yang telah dirumuskan dan membahas implikasi yang dapat diambil dari temuan-temuan tersebut.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyimpulkan hasil-hasil yang diperoleh dalam penelitian, serta memberikan rekomendasi berdasarkan temuan yang ada. Saran-saran tersebut ditujukan untuk pihak pengembang aplikasi Watsons ID, pemangku kepentingan terkait, serta bagi penelitian lanjutan di bidang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini mencantumkan seluruh sumber referensi yang digunakan dalam penelitian.

LAMPIRAN

Bab ini berisi dokumen-dokumen pendukung yang relevan, seperti instrumen survei dan data tambahan yang digunakan dalam proses penelitian.