BAB 1
PENDAHULUAN

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dari era Revolusi Industri 4.0 menuju fase 5.0 telah mencapai puncaknya. Transisi ini mendorong industri untuk melakukan inovasi di berbagai aspek [1]. Harapannya, inovasi ini akan memberikan berbagai manfaat bagi industri, pelanggan, dan pekerja, seperti peningkatan kualitas, produktivitas, dan pembukaan lapangan kerja baru. Perdagangan *online* di Indonesia tengah mengalami pertumbuhan pesat, terutama dalam hal belanja *online. E-commerce*, atau belanja *online*, merujuk pada metode pembelian yang menggunakan alat komunikasi elektronik atau jejaring sosial untuk menyelesaikan transaksi pembelian. Dalam sistem ini, pembeli tidak perlu mengunjungi toko fisik untuk melihat dan membeli produk yang diinginkan. Pengguna hanya perlu melihat produk yang diinginkan melalui internet, memesan barang sesuai pilihan mereka, melakukan pembayaran secara elektronik, kemudian produk akan diantarkan oleh toko *online* tersebut ke alamat pembeli. Meluasnya penggunaan perangkat elektronik saat ini telah menciptakan peluang bisnis baru, termasuk perdagangan elektronik. Perdagangan elektronik (*e-commerce*) adalah bisnis online atau situs web yang menyediakan layanan yang memfasilitasi penjualan produk dan layanan secara *online* atau melakukan transaksi *online* [2]. Salah satu contoh instansi yang memiliki produk dan menciptakan suatu jasa pelayanan penjualan secara elektronik adalah Institut Teknologi Telkom Surabaya.

Institut Teknologi Telkom Surabaya (ITTS) memiliki *Green House* yang bertujuan untuk melakukan sebuah penelitian, melakukan penghijauan dengan memberikan sarana kegiatan Hidroponik dan Aquaponik [3]. Hidroponik adalah suatu cara menanam tanaman dengan menggunakan larutan nutrisi mineral dalam air tanpa menggunakan tanah, istilah ini disebut dengan *Soilless Culture* [4]. Aquaponik merupakan sebuah sistem yang memadukan pengembangbiakan hewan yang hidup di perairan dengan

tanaman pada sistem hidroponik dalam perpaduan lingkungan yang saling mendukung dan menguntungkan [5]. Pertumbuhan kegiatan hidroponik dan aquaponik di Institut Teknologi Telkom Surabaya sangat pesat, hingga mencapai tahap di mana produk-produknya dapat dipanen. Oleh karena itu, diperlukan suatu platform untuk menjual produk tersebut secara lebih efektif dan efisien sehingga konsumen dapat berbelanja dengan mudah kapanpun dan dimanapun. Saat ini ITTS sedang mengembangkan platform Aplikasi belanja *online* yaitu ITTS Mart. Namun, platform aplikasi ITTS Mart ini masih dalam tahap pengembangan *prototype* dan memerlukan pengujian usabilitas.

Usabilitas merupakan salah satu bidang ilmu untuk menganalisa atau menguji tingkat kemudahan penggunaan perangkat lunak [6]. Pengujian kegunaan aplikasi adalah bagian yang penting dalam pengembangan aplikasi. Skor kegunaan yang tinggi menandakan bahwa aplikasi dapat mencapai tujuan kinerjanya dengan efektif dan efisien, serta memuaskan pengguna aplikasi [7]. Nilai kepuasan pelanggan dapat diukur dari terpenuhinya harapan yang diinginkan oleh pelanggan saat menggunakan aplikasi tersebut [8]. Nilai kepuasan pelanggan yang telah didapatkan juga berpengaruh dengan timbulnya suatu loyalitas bagi pelanggan. Semakin baik kepuasan pelanggan, maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan terhadap pelayanan yang disebabkan kepuasan yang dirasakan pelanggan [9].

Loyalitas merupakan suatu kondisi dimana pelanggan memiliki sikap positif terhadap suatu merek, berkomitmen terhadap merek tersebut, dan berniat untuk terus melakukan pembelian di masa depan [10]. Loyalitas pelanggan dimulai dengan menciptakan nilai yang baik bagi pelanggan dan memastikan kepuasan mereka [9]. Loyalitas juga dapat terbentuk saat pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh penyedia jasa [9]. Loyalitas mencerminkan indikator konsumen, seperti merekomendasikan jasa kepada orang lain dan bersedia melakukan pembelian kembali [11]. Pengukuran kualitas dan loyalitas layanan *e-commerce* dapat menggunakan model *e-servqual* [12].

Model *e-servqual* merupakan tingkat efektivitas dan efisiensi suatu website yang dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam proses

pembelian, proses pembelian, serta dalam proses penyediaan produk dan layanan [2]. Model *e-servqual* menghubungkan perspektif pelanggan dan penyedia layanan mengenai kualitas layanan elektronik dan memberikan dasar yang baik untuk memahami, mengukur dan meningkatkan kualitas layanan. Model ini menggunakan berbagai aspek untuk mengukur kualitas layanan, sehingga kualitas layanan dalam perusahaan dapat terus ditingkatkan untuk menghadirkan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan dapat dicapai dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memastikan keakuratan penyampaian layanan untuk memenuhi harapan pelanggan/pengguna [13].

Sebelumnya sudah pernah dikembangkan *prototype* aplikasi ITTS Mart v1.0 yang baru sebatas tampilan antar muka statis dan didapatkan hasil bahwa prototype aplikasi ITTS Mart tersebut belum memuaskan penggunanya dan perlu untuk dikembangkan di berbagai aspek [3]. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aplikasi ITTS Mart yang sebelumnya belum di uji secara usabilitas untuk mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan agar aplikasi ITTS Mart dapat bersaing dengan aplikasi-aplikasi *e-commerece* lainnya. Batasan pada penelitian ini adalah aplikasi sesungguhnya belum diuji, baru menguji *prototype* aplikasi yang memuat fitur utama aplikasi seperti pencarian produk, pemesanan, pembayaran dan pengecekan status transaksi. Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan yang ada di atas, oleh karena itu peneliti mengambil judul **"Analisis Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Pada *Prototype* Aplikasi Itts-Mart Dengan Menggunakan Model *E-Servqual*"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah berikut:

1. Bagaimana kualitas layanan dan kepuasan penggunaan Aplikasi ITTS Mart?
2. Variabel apa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pada layanan penggunaan Aplikasi ITTS Mart?

1.3 Tujuan

Sesuai dengan rumusan masalah yang dipaparkan, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengukur kualitas dan kepuasan pengguna Aplikasi ITTS Mart
2. Untuk menganalisis variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pada layanan penggunaan Aplikasi ITTS Mart

1.4 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian

1.4.1 Batasan Masalah

Pembatasan masalah perlu dibuat agar pembahasan masalah lebih mengerucut dan tidak menyimpang dari topik penelitian ini. Sedangkan asumsi penelitian diperlukan sebagai dasar untuk mempertegas variabel penelitian dan sebagai acuan untuk merumuskan hipotesis penelitian. Berikut merupakan batasan dan asumsi penelitian :

1. Data penelitian yang dikumpulkan pada penelitian ini diasumsikan berdistribusi normal agar memenuhi asumsi pada analisis statistik agar lebih akurat dan mudah diolah sesuai dengan syarat pengolahan data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).
2. Responden berusia 18-45 tahun yang memiliki minat belanja online, pemilihan usia tersebut karena masuk dalam rentang usia produktif.
3. Periode pengumpulan data dilakukan pada bulan Agustus 2023 - Januari 2024.
4. Pengujian dilakukan sebagai aplikasi prototype yang berisi fungsi-fungsi utama aplikasi seperti pencarian produk, pemesanan, pembayaran, dan pemeriksaan status transaksi.

1.5 Kontribusi

1.5.1 Kontribusi Keilmuan

Penelitian ini dapat menjadi wawasan baru, terutama dalam penggunaan metode E-Servqual dengan harapan penelitian ini nantinya akan memiliki pembaruan di penelitian selanjutnya. Penulis juga yakin dengan melakukan penelitian ini maka penulis memiliki wawasan yang baru tentang kualitas pelayanan dan kesetiaan pelanggan yang mungkin bermanfaat bagi penulis dikemudian jika memasuki dunia bisnis.

1.5.2 Kontribusi pada Aplikasi ITTS-Mart

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bahan evaluasi untuk memberikan informasi sebagai dasar pertimbangan, pendukung, dan sumbangan pemikiran kepada pengambil keputusan dalam usaha guna dapat meningkatkan pendapatan dan melakukan pengembangan usaha.. Hasil penelitian ini berkaitan dengan kualitas layanan penggunaan Aplikasi ITTS-Mart di ITTelkom Surabaya. Lebih dari itu, penelitian ini juga merupakan referensi evaluasi bagi pihak pencipta aplikasi tersebut bahwa pentingnya tingkat kepuasan pelanggan untuk mengantisipasi aplikasi tersebut mengalami penurunan minat pelanggan.