

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Industri makanan dan minuman di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan yang pesat. Terbukti bahwa industri makanan dan minuman di Indonesia telah menyumbangkan kontribusi sebesar 20% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di setiap tahunnya semenjak 2010 [1]. Pelaku bisnis dalam industri ini telah memanfaatkan sistem *customer loyalty* sebagai strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, dan salah satu pendekatan yang semakin umum digunakan adalah pengelolaan layanan bersama (*Shared Services*) di daur ulang.

CAATIS merupakan pusat penelitian yang memiliki fokus pada kajian dan penerapan inovasi teknologi berbasis kebermanfaatan dan tepat guna bagi masyarakat. CAATIS sendiri bekerja berdasarkan permintaan sasaran pengguna(masyarakat), sehingga group CAATIS bekerja berdasarkan kebutuhan sasaran. Alasan saya mengambil *F&B Group* CAATIS sebagai objek penelitian dikarenakan *group* ini memiliki beberapa *outlet* yang menerapkan sistem *customer membership* sebagai *shared services* di lingkungan bisnisnya.

*F&B Group* CAATIS memiliki beberapa *outlet* seperti Lakeside, Lakeside FIT+ dan Literasi Cafe, menerapkan konsep *shared services* dalam sistem keanggotaan mereka. Pendekatan ini memungkinkan pengelolaan layanan dan program loyalitas secara terpusat dan efisien di seluruh *outlet*, sehingga pelanggan dapat menikmati keuntungan yang seragam, terlepas dari lokasi *outlet* tempat mereka bertransaksi. Keuntungan bagi *member* meliputi promo khusus, potongan harga, *cashback*, dan harga istimewa yang hanya tersedia bagi anggota pada pembelian di *outlet* mana pun [2]. Konsep ini tidak hanya mendorong keterlibatan pelanggan tetapi juga memperkuat hubungan antara bisnis dan pelanggan, serta membantu memperluas pangsa pasar di seluruh jaringan *outlet*.

Pengukuran keberhasilan penerapan sistem *customer membership* sebagai bagian dari *shared services* juga bagian penting dari memahami efektivitasnya dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. *System Usability Scale* (SUS) adalah metode yang telah terbukti efektif untuk mengevaluasi keberlanjutan dan kegunaan sistem dalam berbagai situasi.

Studi tentang adopsi teknologi dalam konteks bisnis menunjukkan bahwa faktor *usability* (kegunaan) sistem sangat berpengaruh pada tingkat penerimaan dan adopsi pengguna [3]. Namun, metode evaluasi seperti SUS masih terbatas digunakan ketika sistem *customer membership* untuk *Food & Beverage Group* diadopsi sebagai *Shared Services*.

Penelitian ini diharapkan akan memberikan pemangku kepentingan industri makanan dan minuman tentang cara meningkatkan efektivitas strategi keanggotaan pelanggan sebagai bagian dari *shared service* serta tentang cara menggunakan teknik evaluasi seperti *System Usability Scale* ketika mengadopsi sistem dalam lingkungan bisnis yang kompleks.

Pada penelitian kali ini akan menggunakan model *System Usability Scale* (SUS) untuk mendapatkan nilai kualitas dari sistem *customer membership* yang akan dikembangkan dan menjadi tolak ukur untuk membantu pengembangan lebih lanjut. SUS digunakan karena kesederhanaannya dalam mengukur *usability* dengan 10 pernyataan yang terbukti efektif dan valid. Penelitian sebelumnya yang menggunakan metode *System Usability Scale* adalah “Evaluasi *Usability* dan perancangan Ulang Aplikasi *Mobile Cinema 21* Menggunakan *Usability Testing* dan *System Usability Scale* (SUS) [4]. Dalam penelitian tersebut pada rancangan ulang aplikasi pemesanan tiket *Cinema 21* telah mendapatkan penilaian SUS dengan skor 81,07 dengan kategori *grade scale* (skala penilaian) “B”, kategori *adjective ratings* (peringkat kata sifat) “EXCELLENT” dan kategori *acceptability ranges* (skor penerimaan) “ACCEPTABLE”.

Dengan demikian, metode *System Usability Scale* (SUS) dikatakan valid atau mampu untuk melakukan analisis *customer loyalty* dalam menggunakan suatu produk. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis tingkat *usability* pada sistem *customer membership* dengan menggunakan SUS. Dalam penelitian kali ini sampel yang akan diambil merupakan pelanggan pada *Food & Beverage Group CAATIS*.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Dengan latar belakang yang telah dijelaskan, maka perumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian kali ini adalah:

1. Bagaimana Membuat layanan *sharing service* berbasis *website* untuk

sistem *customer membership* kepada *Food & Beverage Group CAATIS*?

2. Bagaimana tingkat *usability* pada sistem *customer membership Food & Beverage Group CAATIS* dengan menggunakan metode *System Usability Scale (SUS)*?

### 1.3. Tujuan

Adanya tujuan dari penelitian analisis adopsi sistem *customer membership* ini adalah:

1. Membangun layanan *sharing service* di mana *Food & Beverage Group CAATIS* dapat mengatasi masalah dari satu unit bisnis.
2. Menganalisis tingkat *usability* pada sistem *customer membership Food & Beverage Group CAATIS* menggunakan metode *System Usability Scale (SUS)*.

### 1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam melakukan analisis ini adalah sistem *customer membership* pada proses bisnis *Food & Beverage Group CAATIS*.

### 1.5. Jadwal Kegiatan

Jadwal pelaksanaan dibuat berdasarkan rencana kegiatan. *Bar-chart* bisa dibuat per bulan atau per minggu. Contoh *bar-chart*:

Tabel 1: Jadwal Kegiatan

Kegiatan	Bulan					
	1	2	3	4	5	6
Bimbingan dengan pembimbing						
Perancangan metodologi dan analisis kebutuhan model						
Pengumpulan data						
Menyusun analisis kepuasan						
Menyusun model penelitian						
Penyusunan laporan tugas akhir						

\*Keterangan: *shading* warna *grayscale*