

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi (TI) pada masa ini mengalami kemajuan sangat signifikan, dan hampir mempengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia diberbagai bidang, seperti bidang kehidupan publik, termasuk bisnis, kehidupan sosial, dan layanan publik. Salah satunya yang tak luput dari sasaran perkembangan TI yaitu di industri kuliner (Darwati & Fitriyani, 2022). TI memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, terutama dengan banyaknya *online store* dan *marketplace* yang menawarkan inovasi-inovasi terbarunya, terutama dalam melakukan pemesanan makanan dan minuman melalui aplikasi.

Digitalisasi teknologi yaitu proses transformasi dari bentuk analog ke digital dengan memanfaatkan TI, telah mendorong perkembangan pesat kegiatan ekonomi digital di Indonesia, termasuk layanan *online food and drink delivery* (Aprilia & Sanjaya, 2023). Layanan pemesanan *online* melalui aplikasi, baik *delivery* maupun *pick-up*, ditujukan untuk memudahkan pengguna dalam memenuhi kebutuhan makanan dan minuman. Kualitas layanan menjadi faktor penting yang mempengaruhi kinerja dan posisi perusahaan, mengingat penilaian pelanggan berdampak signifikan terhadap keberhasilan layanan tersebut.

Kualitas pelayanan dapat digambarkan sebagai perbandingan antara yang diharapkan dan yang sebenarnya dan bagaimana pelayanan yang diterima (Wulan Sari & Amalia, 2023). Selain itu, citra merek juga berperan penting sebagai persepsi konsumen yang terbentuk dari kepercayaan terhadap merek pilihan, yang sesuai dengan ekspektasi konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Atribut produk yang memiliki nilai positif pada merek didukung oleh pembelian yang berkelanjutan, yang pada akhirnya berkontribusi pada tingkat kepercayaan yang tinggi serta kepuasan konsumen (Wulan Sari & Amalia, 2023)

Industri kopi kekinian di Indonesia telah mengalami perkembangan yang luar biasa pesat dalam beberapa tahun belakangan. *Brand* lokal, dengan konsep menarik, harga terjangkau, dan cita rasa yang sesuai preferensi konsumen muda,

mulai mendominasi pasar. Persaingan antar *brand* semakin ketat dalam memperebutkan loyalitas pelanggan.



Gambar 1. 1Top Brand Indeks Kedai Kopi di Indonesia Tahun 2025
(https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2023&tbi_index=top-brand&type=subcategory&tbi_find=kopi)

Data *Top Brand Index* Kedai Kopi di Indonesia Tahun 2025 pada Gambar 1.1 berdasarkan sumber: Top Brand Award menunjukkan Janji Jiwa dan Kopi Kenangan memimpin pasar dengan perolehan masing-masing 39,70% dan 39,50%. Meskipun *brand* seperti Fore Coffee dan Kulo juga turut bersaing, persentase masih relatif kecil, yaitu 7,50% dan 6,30%. Data ini mencerminkan preferensi konsumen terhadap kopi lokal yang menawarkan konsep praktis dan berkualitas. Fore Coffee merupakan salah satu brand kedai kopi yang sedang trend dikalangan penggemar kopi di Indonesia. Meningkatkan pangsa pasar dan mencapai posisi puncak dalam *Top Brand Index*, Fore Coffee perlu melakukan peningkatan berkelanjutan. Salah satu strategi kunci adalah optimalisasi

teknologi informasi dalam layanan order dan *delivery* melalui aplikasi Fore Coffee berbasis *mobile*.

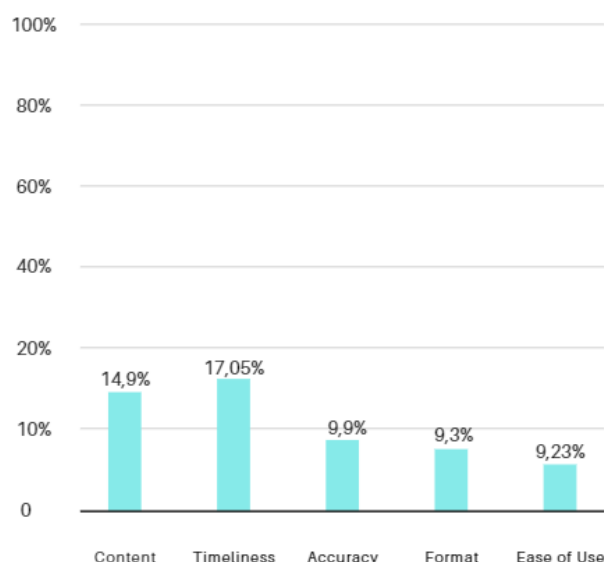


Gambar 1. 2 Logo Fore Coffee

Fore Coffee didirikan pada bulan Agustus 2018, hadir sebagai bagian dari industri kopi yang dalam beberapa tahun terakhir tengah menjadi tren populer di kalangan pecinta kopi. “Fore” berasal dari kata “*forest*” (hutan) yang melambangkan aspirasi untuk pertumbuhan yang pesat, kokoh, dan berdampak positif bagi lingkungan sekitar. Filosofi ini tercermin dalam logo Fore Coffee (terlihat pada Gambar 1.2) berdasarkan sumber: <https://fore.coffee/id/> yang menggabungkan tiga elemen utama yakni biji kopi, daun, dan *squarcle*. Menurut data dari Fore Coffee pada Agustus 2024, Fore Coffee saat ini telah mengoperasikan 208 gerai yang tersebar di lebih dari 40 kota di berbagai wilayah Indonesia. Fore Coffee merupakan *coffee shop* yang memanfaatkan biji kopi berkualitas tinggi dari Indonesia dengan memastikan kontrol yang optimal di setiap tahap, mulai dari petani kopi sebagai langkah awal hingga proses pemanggangan. Semua upaya tersebut dilakukan untuk menghadirkan kopi terbaik yang dapat dinikmati oleh konsumen (Prajasantana et al., 2021). Kualitas produk juga mempengaruhi konsumen saat membeli produk Fore Coffee. Fore Coffee harus dapat menjaga konsistensi rasa dimanapun pemesanan dilakukan baik take away maupun *dine-in*, bagaimana kualitas produk dapat tetap terjamin sampai di rumah konsumen (Mahening & Handrianto, 2024). Layanan pembelian produk Fore Coffee dapat dilakukan dengan *pick-up* dan *delivery* dengan memanfaatkan teknologi informasi secara efektif melalui aplikasi Fore Coffee berbasis *mobile*, pengalaman pengguna aplikasi akan berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas, yang pada akhirnya mendorong keberhasilan bisnis jangka panjang.

Berdasarkan hasil pra-penelitian yang dilaksanakan pada bulan November 2024, dengan melibatkan sebanyak 400 responden. Penyebaran item pertanyaan dalam

pra-kuesioner dilakukan dengan mengambil poin-poin penting dari ulasan pengguna aplikasi Fore Coffee di Google Play Store. Langkah ini bertujuan untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang paling sering diperhatikan dan dinilai oleh pengguna secara langsung. Dengan menyebarkan pra-kuesioner sebagai bagian dari pra-penelitian, peneliti dapat memperoleh gambaran awal serta persentase yang lebih akurat mengenai pengalaman dan persepsi pengguna terhadap aplikasi Fore Coffee. Hasil ini menjadi dasar dalam merumuskan pernyataan-pernyataan pada kuesioner utama agar lebih relevan dan sesuai dengan realitas pengguna. Meskipun aplikasi ini mendapatkan rating yang relatif tinggi, yaitu 4,5 dari 5 di App Store dan 4,9 dari 5 di Google Play, data pra-kuesioner menunjukkan adanya keluhan pengguna aplikasi Fore Coffee, hal ini menunjukkan beberapa area yang perlu ditingkatkan.



Gambar 1. 3 Grafik hasil olah data

Berdasarkan Gambar 1. 3 Keluhan Pengguna Aplikasi Fore Coffee data yang diperoleh dari penyebaran pra-kuesioner kepada 400 responden. Responden berupa pengguna aplikasi Fore Coffee, terlihat pada gambar 1.3 menunjukkan bahwa keluhan utama pengguna adalah Content dengan presentase 14,9%. Keluhan lain yang teridentifikasi, Timeliness 17,05%, Accuracy 9,9%, Format 9,3%, dan Ease of Use 9,23%. Berdasarkan tabel keluhan pengguna yang terlampir pada lampiran 2. 1 tabel keluhan pengguna Aplikasi Fore Coffee. Responden menyebutkan beberapa masalah teknis pada aplikasi yang

memengaruhi pengalaman pengguna. Keluhan utama meliputi *error* yang terjadi saat transaksi pembayaran, menyebabkan gagalnya proses pembayaran. Selain itu, *bug* pada sistem seringkali mengakibatkan aplikasi tertutup secara tiba-tiba. Responden juga mengeluhkan banyaknya *voucher* yang tidak dapat digunakan karena kesalahan teknis. Terkait metode pembayaran, terdapat keterbatasan pilihan sehingga pelanggan hanya dapat melakukan pembayaran melalui QRIS dan *m-banking*. Selain masalah teknis, responden juga menyoroti tingginya biaya pengantaran dibandingkan aplikasi sejenis. Kurangnya kejelasan informasi mengenai fitur promo dan *voucher* menyebabkan pengguna kesulitan dalam memanfaatkannya. Selanjutnya, beberapa responden mengalami gagal *login* yang mengakibatkan tidak dapat menggunakan aplikasi Fore Coffee.

Responden yang berpartisipasi dalam pra-kuesioner menyatakan tidak menggunakan aplikasi Fore Coffee. Alasan yang diberikan dapat dikategorikan ke dalam beberapa faktor. Pertama, ketidakminatan dan ketidakpahaman terhadap layanan yang ditawarkan. Beberapa responden tidak tertarik atau belum memahami manfaat menggunakan aplikasi tersebut. Kedua, keterbatasan kapasitas memori ponsel menjadi kendala bagi sebagian responden. Ketiga, preferensi untuk membeli kopi secara langsung di gerai. Keempat, keengganan untuk mengunduh aplikasi baru, terutama jika frekuensi penggunaan layanan dirasa tidak membutuhkan aplikasi. Selain itu, kurangnya pemahaman tentang manfaat dan fitur aplikasi Fore Coffee juga menjadi faktor penghambat. Banyak responden mengaku belum mengetahui kegunaan dan fitur-fitur yang ditawarkan oleh aplikasi. Sebuah sistem dikatakan baik jika memenuhi standar yang telah ditetapkan, memudahkan pengguna dalam mengoperasikannya, Sistem harus mampu beradaptasi dengan perkembangan dan kemajuan teknologi. Sebuah sistem dapat dianggap gagal jika pengguna mengeluhkan minimnya manfaat yang dirasakan atau bahkan tidak merasakan manfaat sama sekali (Yolangga & Hardiyanti, 2024). Berdasarkan dari keluhan-keluhan yang dirasakan oleh pengguna aplikasi Fore Coffee dapat ditemukan bahwa aplikasi tersebut masih jauh dari sebuah sistem yang dikatakan baik.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut diatas maka perlukan dilakukan suatu analisis kepuasan pengguna terhadap aplikasi Fore Coffee, dengan melakukan

analisis kepuasan pengguna secara komprehensif akan membantu Fore Coffee dalam mengidentifikasi akar permasalahan dan memprioritaskan perbaikan untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan pengguna. Saat ini, tersedia berbagai cara untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap sebuah sistem, Salah satu pendekatan yang sering digunakan adalah End-User Computing Satisfaction (EUCS), yang bertujuan untuk mengevaluasi kepuasan pengguna terhadap sistem informasi. Metode ini membantu menilai sejauh mana pengguna merasa puas dengan sistem yang digunakan, yang didasarkan pada perbandingan antara persepsi pengguna terhadap kinerja sistem dengan harapan pengguna. (Damayanti et al., 2018).

Pengujian terhadap kepuasan pengguna sistem perlu dilakukan untuk memungkinkan peningkatan kinerja sistem atau aplikasi. Berdasarkan penelitian terdahulu dengan judul “Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi TIX ID di Kota Jambi menggunakan Metode EUCS” oleh Fradea Novi Ramadhayanti, Mulyadi, dan Errissya Rasywir pada tahun 2023 untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat Kota Jambi terhadap penggunaan aplikasi TIX ID, digunakan metode *End-User Computing Satisfaction (EUCS)*. Metode ini mengukur kepuasan pengguna melalui lima variabel utama, yaitu isi (*content*), keakuratan (*accuracy*), bentuk atau format (*format*), kemudahan penggunaan (*ease of use*), serta ketepatan waktu (*timeliness*), yang semuanya berkontribusi pada kepuasan pengguna (*user satisfaction*) (Ramadhayanti et al., 2023). Pengujian tingkat kepuasan pelanggan terhadap aplikasi dapat menggunakan metode EUCS yang merupakan sebuah metode yang digunakan sebagai pengukur tingkat kepuasan dari pengguna sistem aplikasi. Model EUCS dikembangkan oleh Doll dan Torkzadeh (Gobel et al., 2022). Metode EUCS dalam menganalisis kepuasan pengguna lebih berfokus pada tingkat kepuasan pengguna akhir tentang aspek teknologi. (Ramadhayanti et al., 2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna serta memberikan rekomendasi strategis untuk evaluasi dan pengembangan aplikasi Fore Coffee di masa mendatang. Untuk memastikan bahwa rekomendasi perbaikan aplikasi Fore Coffee dapat diimplementasikan dan efektif, penelitian ini akan memanfaatkan pendekatan berbasis bukti melalui metode *End-User*

Computing Satisfaction (EUCS). Pertama, hasil dari data kuesioner akan memberikan gambaran konkret mengenai area perbaikan berdasarkan lima variabel utama EUCS yaitu: *content* (isi), *accuracy* (keakuratan), *format* (bentuk), *ease of use* (kemudahan pengguna), *timelines* (ketepatan), *user satisfaction* (kepuasan pengguna). Dengan cara ini, rekomendasi yang diberikan akan berakar pada keluhan nyata pengguna serta kebutuhan spesifik, sehingga dapat dengan mudah diintegrasikan ke dalam pengembangan aplikasi. Selanjutnya, setiap rekomendasi akan diuji kelayakannya dengan mempertimbangkan kemampuan teknis pengembang aplikasi dan sumber daya yang tersedia. Sebagai bagian dari hasil penelitian, akan disertakan rencana implementasi yang mencakup langkah-langkah teknis, jadwal, dan prioritas berdasarkan dampak terhadap kepuasan pengguna. Rekomendasi juga akan divalidasi melalui diskusi dengan tim pengembang dan manajemen untuk memastikan kesesuaiannya dengan visi dan strategi perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini selain memberikan rekomendasi, tetapi juga menyediakan kerangka kerja yang realistis untuk implementasi dan pemantauan keberhasilannya. Oleh karena itu, disusunlah penelitian dengan judul “**Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Fore Coffee Menggunakan Metode End-User Computing Satisfaction**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas bahwa tingkat kepuasan pengguna aplikasi Fore Coffee masih dinilai rendah berdasarkan kriteria Content, Accuracy, Format, Ease of Use, dan Timeliness.

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan penelitian ini adalah meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi Fore Coffee berdasarkan kriteria Content, Accuracy, Format, Ease of Use, dan Timeliness.

1.4 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat Tugas akhir sebagai berikut :

a. Manfaat penelitian Teoritis

- 1) Menjadi bahan masukan untuk meningkatkan pemahaman mengenai

faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi Fore Coffee terhadap kepuasan pengguna aplikasi Fore Coffee.

- 2) Memberikan referensi atau dasar bagi penelitian lebih lanjut terkait kepuasan pengguna aplikasi dalam industri *Food and Beverage* menggunakan metode EUCS.

b. Manfaat Aplikatif

Manfaat penelitian Aplikatif merupakan penelitian yang didapatkan dari penelitian. Berikut adalah manfaat penelitian praktis dari penelitian:

- 1) Hasil penelitian dapat berguna bagi oleh pengembang aplikasi Fore Coffee dalam peningkatan fitur dan layanan yang ditawarkan, berdasarkan respon dari pengguna.
- 2) Hasil analisis kepuasan pengguna dapat digunakan untuk membantu tim manajemen dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan inovasi produk berdasarkan kebutuhan dan harapan pengguna.
- 3) Mampu mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan yang mempelajari bagaimana teknologi informasi dapat mendukung pembelajaran.

1.5 Batasan Tugas Akhir

Batasan-batasan pada penelitian ini diantara lain sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2025 untuk menganalisis kepuasan pengguna aplikasi Fore Coffee.
2. Penelitian ini menggunakan Metode *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) yang terdapat lima *variabel* yaitu *content, accuracy, format, ease of use, timeliness*, yang ditujukan kepada pengguna aplikasi Fore Coffee.
3. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui Google Form.

1.6 Sistematika Laporan

Sistematika laporan tugas akhir ini terbagi dalam lima bab sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan tinjauan singkat mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan tentang teori yang digunakan untuk mendukung analisis kepuasan pengguna terhadap aplikasi Fore Coffee dengan metode EUCS.

BAB 3 METODE PENYELESAIAN MASALAH

Bab ini memberikan penjelasan singkat tentang sistematika penyelesaian masalah, perumusan masalah, dan pemikiran dan pemrosesan data.

BAB 4 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS HASIL

Pada bab ini membahas hasil-hasil yang diperoleh dan olah data dari analisis kepuasan pengguna terhadap aplikasi Fore Coffee menggunakan metode *End-User Computing Satisfaction*(EUCS).

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan hasil yang telah didapatkan untuk memecahkan masalah, serta memberikan saran yang berguna bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bab daftar pustaka berisi referensi pustaka yang dipakai untuk acuan dalam menyelesaikan tugas akhir ini, baik dari jurnal penelitian, buku dan sumber penelitian lainnya.