

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan data dari internetworldstats tahun 2015, bahwa pertumbuhan teknologi semakin pesat dengan total jumlah pengguna internet pada global sebanyak 3,3 miliar [14]. Sedangkan berdasarkan wearesocial jumlah pengguna internet di negara Indonesia di akhir tahun 2015 sebanyak 88,1 juta pengguna dengan taraf penetrasi sebesar 34% [3]. Hal ini mengindikasikan bahwa Indonesia semakin melek akan teknologi internet dan berakibat negara Indonesia mempunyai pasar konsumen dalam bidang internet tinggi. dari data asal Menkominfo menyatakan bahwa nilai transaksi e-commerce di Indonesia mencapai 130 triliun pada tahun 2013. Hal ini tentunya akan terus meningkat seiring menggunakan bertumbuhnya jumlah penetrasi internet pada Indonesia. Sedangkan pada data yang didapat dari Techinasia dengan seiring bertambahnya daya beli rakyat yang terus semakin tinggi, tetapi layanan yang ditawarkan semakin rendah, pangsa pasar *e-commerce* di Asia Tenggara diprediksi mencapai 25% dalam beberapa tahun kedepan, Bahkan pasar *e-commerce* di Indonesia diprediksi akan bernilai 320,8 triliun rupiah. Kemajuan teknologi informasi juga membawa banyak manfaat bagi Masyarakat Indonesia saat ini. Pada era digital saat ini sudah banyak para pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis melalui media elektronik. Bahkan sudah banyak perusahaan-perusahaan yang berskala nasional maupun swasta yang menerapkan teknologi informasi tersebut [26].

Menurut laporan *Online Shopping Outlook 2015* oleh BMI research, penjualan online pada tahun 2014 mencapai 21 triliun. Sekitar 20% dari 74,6 juta pengguna internet di Indonesia melakukan pembelian secara online pada tahun 2013, menurut *Markplus Insight* dan Majalah *online Marketeers*. Mengingat besarnya populasi Indonesia, ada banyak potensi untuk *e-commerce* tumbuh disana. *E-commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi berbasis komputer untuk melakukan operasi bisnis. Praktik paling umum dalam e-commerce adalah menggunakan internet dan browser web di komputer untuk membeli dan menjual barang [19].

Tokopedia adalah salah satu penyedia pasar online terbesar di Indonesia yang membantu pengguna internet membeli dan menjual secara online. Namun Tokopedia akan menempati peringkat kedua pada tahun 2023 dengan rata-rata 117 juta kunjungan bulanan, menurut *SimilarWeb*. Tokopedia menduduki peringkat kedua website *e-commerce* terbaik di Indonesia. Hal ini tentunya menjadi perhatian bagi para pengelola Tokopedia agar dapat meningkatkan dan mengevaluasi kualitas layanan pada websitenya. Karena kualitas pelayanan inilah yang menjadi kunci pengukuran kepuasan pelanggan. Penerapan kualitas layanan baru, khususnya di *e-commerce*, hadir dalam bentuk kualitas layanan berbasis web. *Parasuraman et al.* menyatakan bahwa kualitas layanan online didefinisikan sebagai sejauh mana sebuah situs web dapat memfasilitasi pembelian, penjualan, dan pengiriman produk dan layanan secara efisien dan efektif [4]. Faktor penting yang perlu dipertimbangkan untuk menentukan keinginan konsumen meliputi kualitas produk, kualitas layanan, emosionalitas, harga, dan biaya. Di sisi lain, metode berikut digunakan untuk kepuasan konsumen meliputi sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, analisis pelanggan yang hilang, dan survei kepuasan pelanggan [17].

Kualitas layanan website yang disediakan oleh Tokopedia.com terkadang belum memenuhi harapan konsumen, sehingga pihak Tokopedia.com perlu berupaya semaksimal mungkin untuk meningkatkan layanan website tersebut. Kendala pada kualitas layanan website tokopedia seperti:

1. Masalah Teknis. Masalah teknis seperti adanya kendala tentang kecepatan loading, kendala sistem, dan bug pada website tokopedia.com
2. Ketersediaan produk dan informasi yang akurat. Jika produk tidak tersedia atau informasi tidak lengkap.
3. Responsif terhadap masukan pengguna, jika website tidak responsif terhadap umpan balik atau masukan pengguna, konsumen mungkin merasa kurang dihargai atau tidak didengar.
4. Kualitas layanan pelanggan online dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas website. Respons yang lambat atau kurangnya dukungan dapat menjadi isu.

5. Keamanan informasi pribadi dan transaksi sangat penting. Jika konsumen merasa khawatir tentang privasi atau keamanan, ini dapat memengaruhi persepsi terhadap kualitas website.
6. Pembaruan dan Peningkatan Kontinu. Kurangnya pembaruan atau perbaikan berkelanjutan pada website dapat membuatnya ketinggalan zaman dan tidak memenuhi ekspektasi pengguna.

Peningkatan layanan website berdasarkan standar Webqual 4.0 mencakup aspek usability, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan. Upaya meningkatkan kualitas layanan website sesuai harapan pelanggan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan mereka serta mendorong penggunaan Tokopedia.com sebagai marketplace untuk bertransaksi secara berkelanjutan [17].

Alasan saya mengambil topik penelitian ini karena kualitas layanan website yang disediakan oleh Tokopedia.com terkadang belum memenuhi harapan konsumen, sehingga pihak Tokopedia.com perlu berupaya semaksimal mungkin untuk meningkatkan layanan website tersebut. Maka dilakukanlah analisis menggunakan metode *webqual* 4.0 sebagai acuan kuisisioner kualitas layanan website dan metode *customer satisfaction index* (CSI) sebagai metode analisis kepuasan pengguna aplikasi.

Menggabungkan *Webqual* dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu untuk mengintegrasikan informasi kualitatif (dari *Webqual*) dengan analisis statistik (melalui CSI). Memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman pengguna dan dampaknya terhadap hasil analisis. Kombinasi metode ini memberikan fleksibilitas dalam memodelkan dan mengukur pengaruh variabel kualitatif dan kuantitatif pada kualitas website serta dampaknya. Integrasi *Webqual* dan CSI ini bertujuan untuk memahami dan meningkatkan kualitas website dari perspektif pengguna, dengan menggunakan analisis statistik untuk menguji.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat ditentukan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak layanan website terhadap kepuasan pelanggan khususnya pengguna situs belanja Tokopedia menggunakan metode *WebQual* 4.0 dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Permasalahan

Seiring dengan bertumbuhnya teknologi dan semakin maraknya online *marketplace* yang lain, website Tokopedia menjadi semakin menurun peringkatnya dan kurang adaptif dalam pengimplementasian teknologi pelayanan website. Para pelanggannya masih terdapat masalah dan keluhan pelanggan terhadap kualitas layanan Tokopedia seperti tidak kesesuaian barang dengan spesifikasi yang diinginkan pelanggan, lambatnya respon penjual untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan. Peningkatan layanan website yang diharapkan mampu mendongkrak peringkat dan kepuasan pengguna website Tokopedia belum maksimal. Dengan dilakukan penelitian ini agar pengukuran kualitas website Tokopedia melalui dimensi *Webqual 4.0* (*usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*) dapat mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Tokopedia.

1.2.2 Metode Usulan

Penelitian ini mengangkat topik mengenai analisis kepuasan pelanggan pada aplikasi Tokopedia. Metode yang di gunakan adalah *Webqual 4.0* sebagai acuan kuisioner yang terdiri dari 3 dimensi yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*. Untuk metode perhitungan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui nilai kepuasan pelanhhn pada aplikasi Tokopedia. Responden yang digunakan berjumlah 100 responden yang di tentukan dalam teknik *Accidental Sampling* dimana sampel diambil dari populasi yang paling mudah diakses oleh peneliti. Dalam metode ini, peneliti memilih responden atau subjek yang kebetulan berada di tempat atau waktu yang tepat untuk diambil sebagai sampel dan menggunakan rumus *slovin* untuk mengetahui jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

1.2.3 Pertanyaan penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya peneliti membuat sebuah pertanyaan untuk kebutuhan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah pelanggan merasa puas terhadap layanan website Tokopedia?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

1. Mengetahui hasil dari kepuasan pelanggan terhadap layanan website tokopedia yang berdasarkan pada dimensi webqual 4.0.

1.3.2 Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memahami dan mengetahui penerapan metode *Webqual* sebagai acuan kuisioner dengan menggunakan 3 dimensi yaitu *usability* (kegunaan), *information quality* (kualitas informasi), dan *service interaction quality* (kualitas layanan).
2. Memahami dan mengetahui penerapan metode Customer Satisfaction Index (CSI) sebagai penilaian kepuasan pelanggan yang berbelanja pada aplikasi Tokopedia.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang ada dalam objek penelitian ini adalah:

1. Pengolahan data analisis website.
2. Menganalisis kualitas website dan kepuasan pelanggan terhadap website Tokopedia.
3. Menggunakan metode *Webqual* 4.0 sebagai acuan pembuatan kuisioner.
4. Menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dalam analisis website.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bagian pendahuluan yang menguraikan latar belakang tema yang dikaji, memberi gambaran penelitian, berisi pokok-pokok atas fenomena yang terjadi yang meliputi adanya kesenjangan hasil penelitian sehingga memunculkan permasalahan yang akan diteliti.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori atau acuan yang mendukung penelitian sampai hasil akhir penelitian. Teori ini sebagai landasan bagi peneliti agar penelitian yang dilakukan secara mendalam dan akurat. Tinjauan pustaka pada penelitian ini berisi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada platform E-commerce Tokopedia.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berkaitan dengan metode yang akan menjadi acuan dalam penelitian. Pada bab ini berisi jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil analisis data kuisisioner dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berkaitan dengan hasil dan kesimpulan dalam akhir penelitian dan saran pada penelitian selanjutnya agar dapat menghasilkan yang lebih baik lagi dengan topik yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini berisi tentang referensi yang dipakai selama penelitian seperti jurnal, buku, dan lain sebagainya yang terdapat keterangan yaitu judul, penulis, tahun terbit, dan publish jurnalnya.