

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Teknologi dalam era globalisasi saat ini melaju dengan sangat pesat dan informasi yang beredar semakin banyak dan kompleks sehingga di dunia pendidikan harus dapat mengikuti perkembangan teknologi terutama dalam bidang teknologi computer. Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, kebutuhan manusia akan informasi pada saat ini menjadi begitu mudah terpenuhi dengan hadirnya internet yang memungkinkan melakukan transfer informasi hanya dengan hitungan detik[1]. Salah satunya ialah e-commerce, e-commerce adalah penggunaan jaringan komunikasi dan computer untuk melaksanakan proses bisnis. Penggunaan e-commerce di Indonesia pun semakin berkembang pesat, dilihat dari semakin banyaknya situs jual beli atau belanja *online*. Hal ini menjadikan perusahaan e-commerce berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan terbaik untuk dapat menarik pelanggan [2].

Pesatnya perkembangan bisnis *online* banyak memunculkan persaingan industri toko *online* di Indonesia, contohnya Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada dan lain-lain dengan keunggulan dan karakteristik masing-masing. Bukalapak merupakan salah satu situs *online* terbesar kedua yang ada di Indonesia sekarang ini, dengan konsep *marketplace* atau dapat dikatakan pasar *online* yang menawarkan berbagai macam produk dengan konsep *marketplace* C2C (*Consumer to consumer*), dimana C2C merupakan konsep toko *online* yang menjembatani penjual dan pembeli dalam satu platform. Bukalapak termasuk 5 konten internet yang sering dikunjungi di Indonesia[3].

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan karena di era milenial sekarang ini, persaingan bisnis pada situs belanja *online* semakin meningkat. Sehingga perlunya perusahaan situs belanja *online* Bukalapak perlu melakukan perbaikan kualitas *website*, kualitas layanan dan meningkatkan kepercayaan dari pelanggan, dengan harapan situs belanja *online* Bukalapak menguasai pangsa pasar atau menjadi *market leader*[4]. Kualitas *website* e-commerce adalah persepsi terhadap kualitas teknis, isi dan tampilan dari suatu *website* bahwa penilaian responden terhadap kualitas *website* memengaruhi pembelian konsumen secara *online*. Selain kualitas *website* e-commerce, faktor kepercayaan berperan sebagai rasa percaya konsumen yang timbul karena merasa puas dan nyaman atas pemenuhan tanggung jawab penjual pada transaksi melalui media e-commerce[5].

Pada penelitian ini, metode untuk mengukur kualitas suatu *website* Bukalapak adalah webQual 4.0. Metode webqual 4.0 yang merupakan sebuah metode dalam melakukan pengukuran terhadap kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir. Pada WebQual versi 4.0, aspek kualitas site (*site quality*) digantikan dengan *usability*. Perubahan aspek tersebut dikarenakan *usability* lebih

menekankan dari sisi persepsi pengguna, bukan dari sisi pengembang. Literatur dalam interaksi manusia dan komputer (*human computer interaction*) dan *Web usability* merupakan acuan untuk dimensi *usability* pada metode WebQual 4.0. Selain itu, terjadinya peningkatan kepuasan pengguna karena didasari adanya persepsi pengguna tentang kualitas layanan *website* yang dirasakan saat ini, dapat sesuai dengan tingkat harapan pengguna. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan *website* yaitu *Customer Satisfaction Index*(CSI). CSI merupakan analisis kuantitatif berupa persentase pelanggan dalam suatu survey kepuasan pelanggan. CSI merupakan index yang dapat mengetahui dan menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan berdasarkan berbagai tingkat kepentingan dari masing –masing atribut setiap produk dan jasa. Dengan mengimplementasikan metode CSI, index kepuasan pelanggan terhadap layanan *website* e-commerce akan diketahui. Dalam penelitian ini, akan dilakukan evaluasi terhadap *usability* dan kepuasan pengguna dari *website*. Sehingga hasil dari evaluasi terhadap *usability website* tersebut, dapat digunakan sebagai rekomendasi dalam meningkatkan performa/kinerja *website*, baik dari sisi kecepatan, kemudahan akses,keakuratan maupun kelengkapan informasi dalam *website* tersebut dan meningkatkan kepuasan para pengguna[6].

Metode ini untuk mengukur kualitas layanan website berdasarkan kepuasan pengguna yang tepat adalah menggunakan metode webqual 4.0. Metode webqual merupakan pengembangan dari metode service quality (*servqual*) dan quality function deployment (QFD). Dalam webqual 4.0 terbagi menjadi tiga dimensi yaitu *usability* (kegunaan), *information quality* (kualitas informasi), dan *service interaction quality* (kualitas interaksi layanan). Berdasarkan penelitian terdahulu metode webqual 4.0 memang terfokus kepada kualitas layanan website karena itu pada penelitian ini menggunakan metode webqual 4.0[7]. *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur. CSI memberikan data yang jelas mengenai tingkat kepuasan pelanggan sehingga pada satuan waktu tertentu dapat melakukan evaluasi secara berkala untuk memperbaiki apa yang kurang dan meningkatkan pelayanan yang dinilai customer adalah sebuah nilai lebih.[8].

Landasan penelitian ini ditinjau dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayatus Sibyan dkk terhadap Pengukuran kualitas layanan website fakultas teknik dan ilmu computer UNSIQ WONOSOBO Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai kualitas website Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer UNSIQ Wonosobo dengan menggunakan pengembangan metode WebQual yang mengacu pada tiga dimensi, *website usability*, *information quality* dan *interaction quality*. Penelitian ini juga menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa semua variabel kualitas layanan website berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dan tingkat

intensitas kunjungan website yang artinya semakin tinggi kualitas layanan, akan semakin tinggi pula tingkat kunjungan website. Hasil analisis CSI diperoleh nilai indeks kepuasan pengguna layanan website sebesar 69,00 %[9]. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Tjahyadi Putra Budhi dkk terhadap Pengukuran *Customer Satisfaction Index* terhadap pelayanan di Century Gym Tujuan dari penelitian adalah untuk meningkatkan kinerja pelayanan, fasilitas dan penanganan keluhan pelanggan dari Century Gym. Hasil dari penelitian ini adalah perhitungan tingkat kepuasan pelanggan di Century Gym yang dinilai dari atribut bukti fisik (*tangible*) keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah persentase tingkat kepuasan konsumen dari kelima atribut tersebut. Perhitungan ini bermanfaat bagi organisasi untuk mengetahui tingkat kepentingan pelanggan dan kinerja organisasi menurut persepsi pelanggan. Selain itu dengan adanya penelitian ini juga bisa diketahui kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan dan mendorong upaya peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan century gym[10].

Berdasarkan pembahasan di atas, penulis tertarik untuk meneliti tingkat kualitas *website e-commerce* Bukalapak dan tingkat kepuasan pengguna pada masyarakat kota Medan dengan menggunakan metode *webqual 4.0* dengan 3 variabel yaitu : *usability*, *information quality* dan *service interaction* dan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* Penelitian ini berjudul **“Analisis Kualitas Website e-Commerce Bukalapak dan Tingkat Kepuasan Penggunanya dengan Menggunakan Webqual 4.0 dan Customer Satisfaction Index (CSI)”**

1.2 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas *website* dan mengukur tingkat kepuasan pengguna *e-commerce* Bukalapak menggunakan metode *Webqual 4.0* dan *CSI*.
2. Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) atribut *WebQual 4.0* meliputi *usability*, *information quality* dan *service interaction*. Ketiga atribut tersusun atas 22 (dua puluh dua) pernyataan secara keseluruhan, dimana pernyataan-pernyataan tersebut nantinya akan dijadikan instrumen dalam penyusunan kuesioner.
3. Penelitian ini menggunakan 4 tahapan dalam pengukuran *Customer Satisfaction Index (CSI)* yaitu menghitung *Weighting Factors (WF)*, *Weighted Score (WS)*, *Weight Median Total (WMT)* dan indeks kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction Index*).
4. Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan penyebaran kuesioner terhadap responden pengguna Bukalapak di kalangan masyarakat kota Medan sebagai populasi.
5. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *SPSS versi 25* dan *Microsoft Excel*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu:

1. Seberapa besar tingkat penilaian pada kegunaan (*usability*) e-commerce Bukalapak menurut penggunanya?
2. Seberapa besar tingkat penilaian pada layanan kualitas informasi (*Information quality*) e-commerce Bukalapak menurut penggunanya?
3. Seberapa besar tingkat penilaian pada Interaksi kualitas layanan (*Interaction Service Quality*) e-commerce Bukalapak menurut penggunanya?
4. Seberapa tinggi tingkat kepuasan pengguna terhadap *website* e-commerce Bukalapak oleh masyarakat kota Medan?

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengukur seberapa besar tingkat penilaian pada kegunaan (*usability*) website e-commerce Bukalapak menurut penggunanya.
2. Untuk mengukur seberapa besar tingkat penilaian pada kualitas informasi (*Information quality*) website e-commerce Bukalapak menurut penggunanya.
3. Untuk mengukur seberapa besar tingkat penilaian pada Interaksi kualitas layanan (*Interaction Service Quality*) website e-commerce Bukalapak menurut penggunanya.
4. Untuk mengukur seberapa tinggi tingkat kepuasan pengguna terhadap *website* e-commerce Bukalapak oleh masyarakat kota Medan.

1.4.2. Manfaat

Adapun manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Manfaat secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai landasan, acuan dan referensi bagi penelitian berikutnya berdasarkan persepsi pengguna akhir dalam analisis kualitas *website* e-commerce Bukalapak terkait pengukuran kualitas *website* menggunakan metode WebQual 4.0 dan CSI.

2. Manfaat secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk mengevaluasi *website* dalam menyajikan informasi yang dibutuhkan sehingga kepuasan pengguna terhadap kualitas *website* semakin meningkat.