

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Proyek

Kemajuan teknologi sangat penting untuk kehidupan manusia jaman sekarang. Karena teknologi adalah salah satu penunjang kemajuan manusia. Di banyak belahan masyarakat, teknologi telah membantu memperbaiki ekonomi, pangan, komputer, dan masih banyak lagi. Yang mana kemajuan tersebut memberikan dampak positif yang sangat efektif, mulai dari memesan barang hingga menjualnya kembali, kini semua dapat dilakukan dengan mudah, kapan saja, dimana saja, dan tanpa harus mempertemukan pihak yang akan bertransaksi secara fisik. Transaksi jual beli secara online dikenal dengan istilah *e-commerce* yang proses jual belinya atau pertukaran produk, layanan, dan informasi dilakukan melalui jaringan telekomunikasi dan jaringan komputer termasuk internet. Berbagai kemudahan serta fitur yang beragam membuat konsumen mulai beralih dari toko konvensional ke toko online.

Salah satu *e-commerce* yang sudah berdiri dari tahun 2015 lalu yaitu Sociolla hadir dengan semangat besar untuk menjadi situs berbelanja produk kecantikan secara *online* terpercaya sekaligus terlengkap di Indonesia. Sociolla telah menjadi salah satu pemain besar di sektor *e-commerce* khusus kosmetik dan perawatan diri. Sociolla bekerja sama dengan distributor resmi dan pemilik *brand* maka dari itulah Sociolla dipercaya sebagai *brand partner* resmi lebih dari 100 brand dengan kurang lebih 3000 produk diantaranya adalah Elizabeth Arden, Laneige, Glam Glow hingga Guerlain. Selain itu, Sociolla juga memiliki perjanjian resmi penjualan *online* yang eksklusif terhadap beberapa *brand premium international* menurut salah satu pendiri Sociolla, Chrisanti Indiana.

Sociolla hadir dengan tujuan yaitu untuk memberikan kenyamanan kepada *customer* di Indonesia untuk berbelanja peralatan *make-up* kosmetik dan produk perawatan kulit. Kelengkapan dan keaslian dari produk yang ditawarkan menjadi hal yang sangat dijunjung tinggi oleh Sociolla. Pelayanan eksklusif bagi para pelanggan juga menjadi hal penting lain yang dijunjung tinggi oleh pihak Sociolla. Ada

beberapa *channel* pembayaran yang ditawarkan oleh Sociolla antara lain *transfer* via bank, kartu kredit, sampai dengan *cash on delivery* (pembayaran di tempat). Pelanggan yang bertransaksi dengan sociolla juga mendapatkan pilihan jasa pengantaran yang sudah terpercaya dan meliputi seluruh pelosok negara Indonesia, khusus untuk pelanggan yang berdomisili di Jakarta, Sociolla bahkan menyediakan pengantaran produk pesanan menggunakan kurir khusus yang memakai seragam Sociolla sebagai bentuk dari pelayanan pihak Sociolla dengan tujuan untuk menjaga keutuhan dan keamanan produk pelanggan.

Berdasarkan data dari Co-Founder dan CEO Social Bella John Rasjid, sebanyak 20,2 juta pengguna yang telah memesan produk dari *e-commerce* Sociolla, namun belum ditemukan suatu acuan atau patokan yang menjadi standar bagi Sociolla untuk mendapatkan gambaran besar akan keberhasilannya dalam menyediakan *platform* bagi pengguna *skincare* di Indonesia untuk menjadikan Sociolla sebagai *e-commerce* pilihan masyarakat dalam bidang kosmetik dan produk perawatan diri. Pada saat ini, *E-commerce* Sociolla belum menaungi keluhan dan saran dari *search engine* seperti Google jika ditelusuri. Hal ini terjadi karena belum dilakukan analisis kepuasan pelanggan terhadap *E-commerce* Sociolla. Oleh karena itu dalam proyek ini penulis akan melakukan analisis kualitas *website* Sociolla. Dengan dilakukannya analisis kualitas *website* Sociolla diharapkan agar *website E-commerce* Sociolla mampu berkembang dengan melakukan pengembangan berkelanjutan dengan acuan dari *review*, keluhan dan saran dari pengguna.

Kualitas *website* yang baik dapat ditentukan dari beberapa faktor di antara yaitu kombinasi antara kriteria kualitas, metrik kualitas, rekomendasi kriteria, spesifik *domain* dan hal-hal lainnya dapat membuat interelasi yang tepat antara kebutuhan dan implementasi. *WebQual* adalah sebuah metode untuk mengukur kualitas situs *website*, *WebQual* telah dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa pengembangan dalam lingkup dimensi dan pertanyaan. *WebQual* 4.0 memiliki tiga bidang inti seperti kegunaan, kualitas informasi, dan interaksi layanan. Meskipun beberapa proyek tidak secara spesifik menjelaskan ‘tingkat kepuasan’, langkah-langkah yang digunakan dapat disusun sebagai ukuran komponen kepuasan.

Indeks kepuasan konsumen atau *Customer Satisfaction Index* (CSI) sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa yang sangat berguna dalam kegiatan pengujian atau *survey* terhadap kepuasan pelanggan yang hasilnya akurat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan aktivitas proyek dengan judul “**ANALISIS KUALITAS LAYANAN WEBSITE SOCIOLLA DENGAN MENGGUNAKAN WEBQUAL 4.0 DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX**”.

1.2 Tujuan Proyek

Adapun tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk menganalisis kualitas *website* Sociolla dengan menggunakan *Webqual 4.0* dan *Customer Satisfaction Index*(CSI). Manfaat dari proyek ini adalah untuk mengetahui seberapa efektif pendekatan pemasaran digital saat ini oleh *e-commerce* dan juga untuk mengetahui bagaimana meningkatkan efektivitas pemasaran digital.

1.3 Ruang Lingkup Proyek

Berikut ini merupakan ruang lingkup dalam proyek analisis e-commerce Sociolla ini sebagai berikut:

1. Untuk melakukan analisis kualitas *website* Sociolla proyek akan dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu *WebQual 4.0* dan *Metode Customer Satisfaction Index*(CSI).
2. Objek proyek adalah *Website* Sociolla yang merupakan *e-commerce* yang bergerak di bidang *website* penjualan produk yang berfokus pada alat kosmetik dan perawatan kulit yang menargetkan pasarnya pada kalangan wanita dan pria pengguna *skincare* dan *make-up* di Indonesia.
3. Populasi proyek *e-commerce* Sociolla ini adalah mahasiswa/i STMIK-STIE Mikroskil. Dimana *e-commerce* Sociolla memiliki tujuan yaitu untuk memberikan kenyamanan kepada *customer* di Indonesia untuk berbelanja peralatan *make-up* kosmetik dan produk perawatan kulit lainnya.

1.4 Rencana Pelaksanaan Proyek

Pelaksanaan Proyek ini melibatkan personil proyek dimana masing-masing anggota proyek memiliki peran dan tugas masing-masing dan jadwal pengerjaan proyek ini dimulai dari bulan maret 2020 sampai bulan agustus 2020.

1.4.1 Personil Proyek

Tabel 1.1 akan menunjukkan tugas dari masing-masing personil yang terlibat padapengerjaan tugas akhir.

Tabel 1.1 Personil Proyek

NIM	Nama	TUGAS
14.211.0359	DARWIN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengumpulkan bahan dan referensi 2. Mengamati aplikasi yang akan diukur 3. Menyusun dan menyebarkan kuesioner 4. Mengolah data kuisioner 5. Menarik kesimpulan 6. Menyusun laporan tugas akhir
15.211.1467	JUNNI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengumpulkan bahan dan referensi 2. Mengamati aplikasi yang akan diukur 3. Menyusun dan menyebarkan kuesioner 4. Mengolah data kuesioner 5. Menarik kesimpulan 6. Menyusun laporan tugas akhir

1.4.2 Jadwal Pelaksanaan Proyek

Tabel berikut ini menunjukkan rencana jadwal pelaksanaan tugas akhir yang akan dikerjakan.

Tabel 1.2Jadwal PelaksanaaN Proyek

No.	Kegiatan	Maret 2020				April 2020				Mei 2020				Juni 2020				Juli 2020				Agustus 2020			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Mengumpulka n bahan dan																								

