

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Revolusi Industri 4.0 ditandai dengan adanya perkembangan pada teknologi dan informasi. Contoh dari adanya perkembangan teknologi dan informasi adalah semakin pesatnya perkembangan internet pada saat ini. Perkembangan internet yang pesat tentunya memberi pengaruh yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, terlebih dalam dunia bisnis. Dengan hadirnya internet ini memberikan peluang kepada pengusaha untuk mengembangkan bisnisnya baik kegiatan bisnis antara *business to business* maupun *business to customer* secara online. Salah satu bentuk bisnis yang dijalankan secara online adalah *e-retailing* yang mengacu pada penjualan barang ataupun jasa melalui internet (Grewal dan Levy, 2009; Liao dkk., 2011).

Berdasarkan data yang diberikan oleh Septriana Tangkary selaku Direktur Pemberdayaan Informatika di Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika, menyebutkan bahwa Indonesia mencapai pertumbuhan nilai perdagangan elektronik tertinggi di dunia yaitu sebesar 78 persen. Adanya *e-retailing* ini tentu membuka peluang bisnis baru bagi beberapa orang. Pengguna Internet di Indonesia juga cukup tinggi sebesar 82 juta orang, hal ini membuat Indonesia berada di peringkat ke-8 dunia (Kominfo.go.id, 2019)

Perusahaan harus mampu mempertankan kualitas pelayanan yang dimilikinya walaupun diperjualbelikan secara online. Banyak sekali kualitas pelayanan *e-retailing* yang harus diperhatikan mulai dari mendengarkan kritik dan saran konsumen melalui *customer service*, pengiriman barang, kemudahan cara pembayaran, dll. Dalam beberapa aspek perdagangan elektronik, kualitas layanan online memiliki pengaruh yang signifikan (Ladhari, 2010). Mengingat pentingnya kualitas layanan elektronik inilah maka kualitas online yang ada harus unggul agar menjadi pembeda yang penting untuk pengecer elektronik (*e-retail*) (Hsu, 2008; Ladhari, 2010). Kualitas layanan online yang ada harus selalu ditingkatkan untuk mencapai kepuasan konsumen yang berkelanjutan. Perbaikan kualitas dirasa cukup baik ketika melibatkan persepsi dan harapan konsumen, karena hal ini membuat perusahaan mengetahui apa saja hal yang perlu diperbaiki agar sesuai dengan harapan pasar/konsumennya.

E-retailing yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah supermarket online Manna Kampus Yogyakarta yang merupakan bagian dari Mirota Kampus Yogyakarta milik PT. Mirota Nayan. PT. Mirota Nayan sudah didirikan oleh Hendro Sutikno sejak tahun 1950 (Kampus, 2010). Supermarket online Manna Kampus Yogyakarta dihadirkan oleh Mirota Kampus sebagai alternatif belanja online untuk pelanggan, dimana pelayanannya berupa *door to door* yang memudahkan pelanggan. Supermarket online Manna Kampus Yogyakarta menawarkan berbagai macam produk yang bisa ditemui oleh pelanggan hanya

dengan satu aplikasi. Tagline yang dimiliki supermarket online Manna Kampus Yogyakarta adalah ‘lebih mudah dan luar biasa murah’. Produk yang ditawarkan oleh supermarket online Manna Kampus Yogyakarta sangat beragam. Supermarket online Manna Kampus Yogyakarta menyediakan produk kebutuhan sehari-hari, alat tulis, produk kecantikan, produk *fashion*, hingga makanan siap saji. Harga yang ditawarkan oleh supermarket online Manna Kampus Yogyakarta ini juga terbilang murah dan tidak ada perbedaan harga antara supermarket online Manna Kampus Yogyakarta dan outlet Mirota Kampus. Metode pembayaran yang ditawarkan juga cukup bervariasi mulai dari *virtual account*, transfer antar rekening, bayar di tempat atau *Cash On Delivery*(COD). Metode pembayaran COD ini memberikan kemudahan untuk pelanggan, dimana pelanggan bisa membayar kepada kurir setelah barang sampai di tempat tujuan (Kampus, 2010).

Aplikasi supermarket online Manna Kampus Yogyakarta ini masih terbilang baru dan hanya bisa ditemukan di playstore. Penilaian aplikasi supermarket online Manna Kampus Yogyakarta ini mendapatkan bintang sebesar 4,1 di play store. Nilai ini sudah cukup baik dibandingkan dengan Hypermart online yang memiliki aplikasi yang bisa ditemukan di playstore dan juga apple store. Hypermart online di playstore mendapatkan bintang sebesar 3,9 dan bintang sebesar 3,4 di apple store.

Ulasan tentang supermarket online Manna Kampus Yogyakarta di play store ini banyak meninggalkan pesan berupa beberapa kritik pelanggan yang berpotensi

digunakan untuk meningkatkan kualitas layanannya. Berdasarkan survei pendahuluan yang peneliti lakukan pada tanggal 5 November 2020, peneliti melakukan konfirmasi terkait kritik pelanggan di playstore ke bagian HRD PT. Mirota Nayan. Bagian HRD PT. Mirota Nayan menjelaskan bahwa aplikasi Manna Kampus online memang masih memiliki beberapa kekurangan yang sering kali diprotes oleh pelanggannya melalui *customer service*. Kekurangan yang bisa ditemukan pada aplikasi tersebut adalah stock barang yang jarang tersedia, aplikasi yang hanya bisa di akses melalui playstore, pengiriman yang tidak sesuai janji perusahaan dan metode pembayaran yang masih terbatas (harus melakukan transfer 2 kali apabila harga tidak sesuai di aplikasi). Mengacu pada hal tersebut supermarket online Manna Kampus Yogyakarta akan melakukan perbaikan dikarenakan adanya potensi penjualan pada aplikasi ini apabila dapat dijalankan sesuai harapan pelanggan. Kualitas layanan supermarket online Manna Kampus Yogyakarta harus terus ditingkatkan agar kepuasan pelanggan selalu terjaga. Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan *electronic service quality / e-service quality* dan menggunakan *Quality Function Deployment (QFD)*.

Kualitas layanan merupakan salah satu isu terpenting untuk memperoleh keunggulan komparatif dan kesuksesan finansial perusahaan (Andronikidis dkk., 2009). Kualitas disini mengacu pada apakah suatu layanan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan atau tidak (Hussain dkk., 2011; Shahin dan Nikneshan, 2008). Kualitas yang baik yang dimiliki perusahaan mampu meningkatkan nilai

yang dirasakan pelanggan dan juga preferensi belanja pelanggan (Deb dan Lomo-David, 2014). Kualitas layanan online dianggap sebagai faktor penting dalam menentukan suatu keberhasilan dalam perdagangan elektronik (Santos, 2003; Yang, 2001). Pelanggan dan penyedia layanan disini memegang bagian penting dalam penciptaan kualitas layanan (Rejikumar dkk., 2019).

Electronic service quality merujuk pada bagaimana kualitas layanan yang diberikan perusahaan melalui media elektronik. Penilaian konsumen tentang keseluruhan keunggulan dan kualitas penawaran elektronik merupakan pengertian lain mengenai *e-service quality*. Pada layanan elektronik, konsumen akan cenderung memperhatikan setiap proses yang ada selama mengunjungi website ataupun aplikasi (Santos, 2003; Van Riel dkk., 2001). Pendekatan *electronic service quality* ini memiliki beberapa dimensi, namun disini peneliti hanya menggunakan enam dimensi yang di rasa sangat cocok dengan aplikasi Manna Kampus. Enam dimensi tersebut adalah : *Reliability, Usability, Responsiveness, Security/privacy, Web design*, dan *Information quality/benefit*. Dimensi yang ada ini nantinya akan digunakan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi supermarket online Manna Kampus Yogyakarta.

Setelah diketahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh, maka faktor tersebut akan diidentifikasi menggunakan *Quality Fuction Deployment (QFD)*. Alasan penggunaan *Quality Fuction Deployment (QFD)* dalam penelitian ini karena QFD

digunakan untuk menyesuaikan antara harapan dari konsumen dengan operasi perusahaan kemudian manfaat dari QFD pada area layanan juga cukup banyak seperti biaya operasional yang lebih rendah dan mengurangi waktu pengembangan produk.

Salah satu penelitian terdahulu menggunakan *Quality Fuction Deployment* untuk menyesuaikan harapan pelajar dengan parameter kualitas akreditasi (Sharma dan Rawani, 2006; Singh dan Rawani, 2019). Memahami harapan pelanggan terkait layanan merupakan prasyarat untuk memberikan layanan yang berkualitas, karena hal ini mewakili standar kinerja implisit yang digunakan pelanggan saat mengevaluasi kualitas layanan perusahaan (Andronikidis dkk., 2009; Parasuraman, 1998). *Quality Fuction Deployment (QFD)* juga pernah digunakan dalam membantu mempresentasikan operasi perhotelan untuk meningkatkan kualitas check-in yang dimilikinya (Sever, 2018). Dalam QFD alat yang umum digunakan adalah *House of Quality (HOQ)* (Lam dkk., 2016). Penggunaan QFD ini jauh lebih efektif daripada pendekatan tradisional, hal ini di karenakan keputusan mengenai layanan yang akan diprioritaskan nantinya berdasarkan sudut pandang manajer (Hussain dkk., 2011).

Penelitian ini penting dilakukan karena mengingat penggunaan internet terus berkembang dari waktu ke waktu. Selain itu, penelitian ini juga penting dilakukan di supermatket online Manna Kampus Yogyakarta dikarenakan masih ada beberapa kekurangan kualitas layanan elektronik yang dimiliki perusahaan yang bisa

mengakibatkan perusahaan kehilangan pelanggannya, seperti masih adanya keterlambatan janji pengiriman, produk yang jarang tersedia dan metode pembayaran yang masih terbatas. Penggunaan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dirasa cocok dalam penelitian ini karena metode ini mendengarkan suara/keinginan pelanggan dan kemudian disesuaikan dengan respon teknis perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah dimensi *e-service quality* yang diprioritaskan untuk meningkatkan layanan supermarket online Manna Kampus Yogyakarta berdasarkan analisis GAP?
2. Bagaimana upaya perbaikan *e-service quality* pada supermarket online Manna Kampus Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui prioritas peningkatan kualitas layanan elektronik yang disediakan supermarket online Manna Kampus Yogyakarta dengan menggunakan analisis GAP.

2. Mengidentifikasi upaya perbaikan kualitas layanan elektronik supermarket online Manna Kampus Yogyakarta dengan menggunakan metode *Quality Fuction Deployment (QFD)*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat bagi perusahaan (PT. Mirota Nayan / supermarket online Manna Kampus)

1. Penelitian ini memberikan gambaran kepada supermarket online Manna Kampus Yogyakarta untuk mengetahui dimensi *e-service quality* apa yang harus diprioritaskan untuk meningkatkan kualitas layanannya.
2. Penelitian ini juga memberi gambaran kepada supermarket online Manna Kampus Yogyakarta untuk mengetahui tindakan yang harus dilakukan terlebih dahulu untuk meningkatkan kualitas layanannya.

Manfaat bagi peneliti

1. Menambah wawasan peneliti mengenai *e-service quality* dan *Quality Function Deployment (QFD)*.
2. Memberikan pengalaman baru kepada peneliti terkait *e-retailing*.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab 1 ini menjelaskan mengenai latar belakang adanya penelitian ini berdasarkan fenomena yang sedang terjadi, rumusan masalah dalam penelitian ini, tujuan dari dilakukannya penelitian, manfaat dari penelitian, dan juga sistematika penulisan. Selain itu, pada bab ini juga menjelaskan mengapa penggunaan metode *Quality Function Deployment* (QFD) cocok digunakan dalam penelitian ini.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab 2, berisi tentang landasan teori yang akan menjadi acuan dan juga dasar dalam penelitian. Selain itu pada bab ini juga memberikan daftar penelitian terdahulu yang menjadi gambaran untuk peneliti. Landasan teori yang ada di bab ini mengenai teori *e-service quality*, dimensi *e-service quality* dan juga *Quality Function Deployment* (QFD) yang digunakan untuk meningkatkan suatu layanan.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada bab 3 ini berisi tentang metode/pendekatan penelitian yang akan digunakan, seperti: pendekatan penelitian, sumber data, informan, ruang lingkup penelitian, prosedur pengumpulan data, triangulasi, dan teknik analisis data.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab 4 berisi tentang jawaban dari rumusan masalah dan juga hasil dari penelitian yang sudah dilakukan serta pembahasannya. Pada bab ini juga nantinya akan menguraikan pokok-pokok penelitian, meliputi gambaran umum, sejarah dan struktur supermarket online Manna Kampus Yogyakarta, dan juga pengolahan data penelitian.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab 5 ini berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan penelitian dan juga memberikan beberapa saran yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas layanan elektronik pada supermarket online Manna Kampus Yogyakarta.