

BAB I

PENDAHULUAN

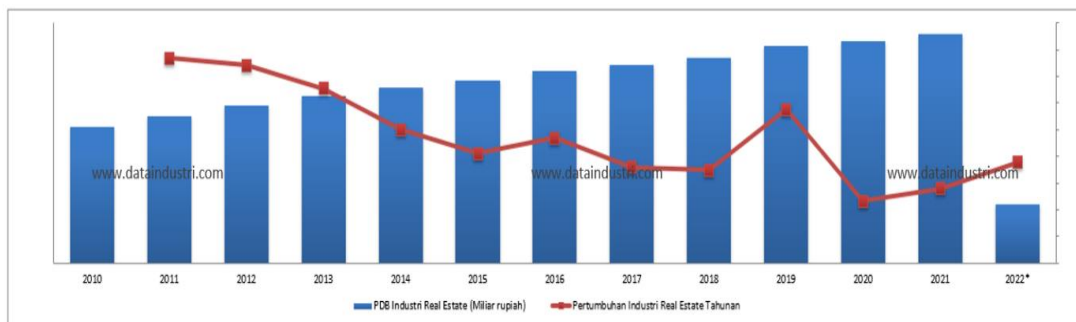
1.1 LATAR BELAKANG

Digitalisasi pada masa sekarang sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) digitalisasi merupakan proses penggunaan sistem digital. Sedangkan menurut Siregar (2019) digitalisasi merupakan suatu proses perubahan sifat yang mulanya berbentuk fisik dan analog berubah menjadi virtual dan digital. Digitalisasi berkembang juga pada bidang industri sebagai bentuk kemajuan zaman modern. Muncul istilah industri 4.0 yang pertama kalinya didengar saat Hannover Fair pada tanggal 4-8 April 2011 yang digunakan oleh pemerintah Jerman guna memajukan bidang industri menuju tingkat selanjutnya dengan bantuan teknologi. Industri 4.0 ini juga bisa disebut sebagai revolusi karena tujuannya untuk perubahan dan perkembangan terutama pada bidang industri. Revolusi industri 4.0 ini juga disebut dengan *cyber physical system* yang memfokuskan pada otomatisasi dan kolaborasi antara teknologi. Arti revolusi industri 4.0 adalah sebuah transformasi komprehensif dari segala aspek produksi yang terjadi di dunia industri melalui penggabungan antara teknologi digital dan internet dengan industri konvensional. Salah satu contoh industri yang lahir akibat terciptanya industri 4.0 ini ialah agregator layanan yang mencakup layanan properti, transportasi, layanan kesehatan, hingga reksa dana yang semua bisa dilakukan dengan hanya sentuhan jari melalui teknologi gadget.

Dengan adanya teknologi dijamin digitalisasi sekarang, tepatnya pada era Industri 4.0 banyak hal dapat dilakukan dengan mudah. Dari sektor industri properti pun juga terkena imbasnya. Sebelum adanya era digitalisasi, industri properti melayani customer dengan cara saling bertemu dan konsultasi secara tatap muka. Bukan hanya itu, informasi yang disebar dan didapatkan juga melalui iklan yang dipasang dalam bentuk banner dengan mencantumkan nomor telepon penjual atau agen yang bersangkutan. Bazar properti juga banyak dilakukan guna menampung customer yang sedang mencari properti. Namun pada era digitalisasi saat ini industri properti menggunakan teknologi aplikasi untuk program pemasarannya. Banyak dari industri properti saat ini menggunakan layanan online melalui teknologi aplikasi untuk. Keuntungan yang didapat adalah keefisienan waktu dan jarak.

Customer dapat mengakses aplikasi untuk mencari properti yang diinginkan. Dan dari perusahaan properti dapat melayani customer dengan hanya melalui layanan online, apabila dirasa kurang maka tidak menutup kemungkinan kedua pihak akan sepakat untuk bertemu agar lebih jelas dan yakin. Proses perkembangan industri properti dibuktikan dengan gambar statistik data sebagai berikut.

Gambar 1.1 Tren Data Pertumbuhan Industri Real Estate (properti), 2011-2022



Sumber: Dataindustri.com

Terlihat grafik data diatas menunjukkan naik turun pertumbuhan pada industri properti di Indonesia masih belum stabil dikarenakan kondisi ekonomi yang terjadi atau kondisi lainnya. Dilihat dari statistic pada tahun 2019 menunjukkan pertumbuhan yang tinggi tetapi pada tahun selanjutnya grafik menurun lumayan jauh. Hal ini disebabkan oleh kondisi yang terjadi pada saat itu sedang terjadi pandemi Covid-19 yang dimana kondisi saat itu ekonomi menurun drastis. Tetapi kemudian mulai naik kembali pada tahun 2021-2022 yang dimana kondisi ekonomi mulai membaik dan kebutuhan yang belum terpenuhi sebelumnya dapat didapatkan. Peran teknologi digitalisasi terlihat disini.

Teknologi aplikasi yang didasari oleh digitalisasi juga terbukti mempengaruhi pertumbuhan industri properti. Dengan adanya aplikasi layanan properti memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan primernya yaitu papan. Mulanya tidak semua tau dan mengerti tentang adanya aplikasi layanan, karena munculnya digitalisasi itu yang membuat masyarakat dengan sendirinya mengerti akan hal tersebut. Disamping itu juga pihak aplikasi layanan membuat promosi bahwa dirinya berdiri sebagai hal baru yang muncul sebagai solusi

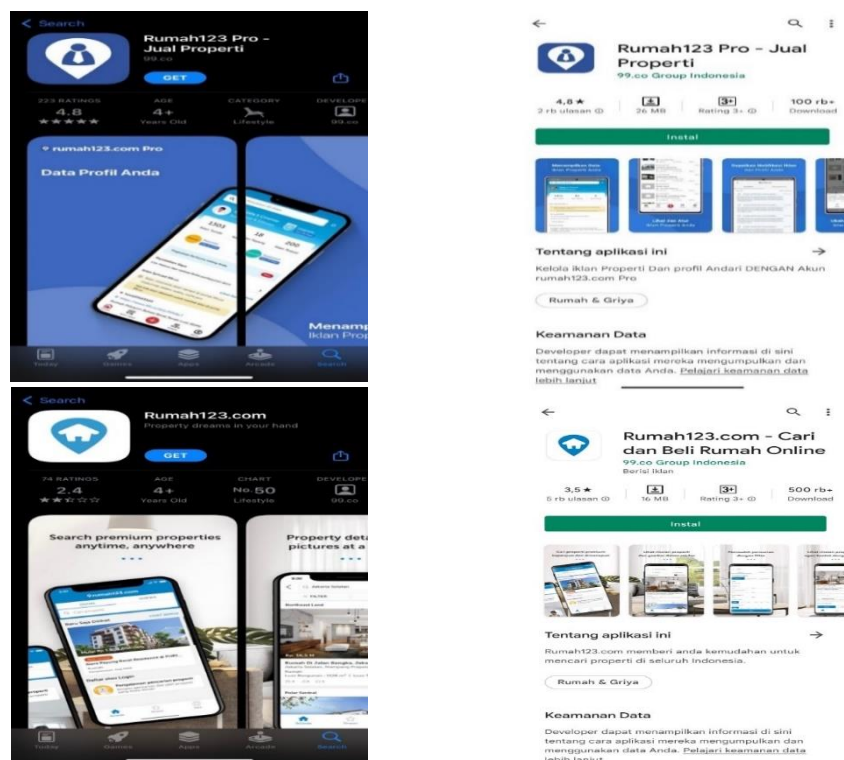
bagi masyarakat. Berbagai developer dan perusahaan yang bergerak di industri properti pun juga ikut memanfaatkan aplikasi layanan ini. Aplikasi layanan properti dimanfaatkan sebagai platform untuk mendapatkan konsumen dan memudahkan dalam melakukan pelayanan. Efisiensi menjadi alasan juga untuk menggunakan aplikasi dalam mengakses aplikasi layanan tersebut.

Rumah123.com merupakan salah satu situs atau aplikasi online jual beli properti terkemuka yang ada di Indonesia. Dengan slogan “Jual Beli Properti Lebih Mudah” Rumah123.com telah melayani jutaan orang sejak tahun 2007. Melalui jutaan iklan yang ada pada situs atau aplikasi Rumah123.com banyak membantu masyarakat Indonesia menemukan rumah impian mereka melalui fitur yang tersedia mulai dari pencarian sampai dengan simulasi kredit dengan kalkulator KPR. Rumah123.com yang merupakan bagian dari iProperti Group juga terdaftar di Bursa Efek Australia dan berkantor pusat di Jakarta. Untuk meluaskan jangkauannya Rumah123.com juga mencabangkan kantornya di kota besar di Indonesia yaitu Bandung, Surabaya, Semarang, Yogyakarta, Bali, Balikpapan dan Makassar. Aplikasi layanan properti ini diciptakan sebagai penyedia platform yang dapat menjangkau pembeli dan investor dengan cara yang efektif. Tidak hanya berdiri tegak sendiri tetapi situs atau aplikasi online Rumah123.com juga bermitra dengan berbagai developer ternama dan agen profesional. Rumah123.com dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara memberikan berita dan iklan seputar properti secara komprehensif. Rumah123.com juga memiliki fokus utama pada inovasi layanan yaitu *mobile system*, yang dimana layanan dilakukan melalui perangkat teknologi seperti gadget misalnya. Untuk mempermudah jangkauan dalam bidang teknologi aplikasi Rumah123.com sudah bisa diakses dengan mengunduh aplikasi melalui Play Store pada Android dan App Store pada IOS. Aplikasi layanan Rumah123.com dibentuk sedemikian rupa guna untuk memuaskan konsumen dengan memenuhi kebutuhan mereka dan kenyamanan konsumen saat menjalani proses layanan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil dengan harapan. Oleh karena itu, sebagai aplikasi layanan perlu untuk memperhatikan kualitas layanan yang akan diberikan. Begitu pula dengan Rumah123.com seiring berjalannya waktu Rumah123.com juga semakin memperlihatkan keberadaannya sebagai aplikasi layanan properti dengan dibuktikan pertumbuhan pengunjung pada situsnya dengan pencapaian peningkatan pengunjung sebesar

77% pada bulan April 2013. Hal ini juga menjadikan Rumah123.com sebagai aplikasi layanan properti yang paling dicari oleh konsumen. Pertumbuhan lain yang nampak yaitu pengguna Rumah123.com yang bertambah dari tahun sebelumnya. Sebesar 61% agen properti telah beralih ke Rumah123.com sebagai sarana pemasaran mereka, dan meningkatkan jumlah listing properti pada aplikasi layanan Rumah123.com naik sebesar 60%. Perkembangan lain yang ditunjukkan oleh Rumah123.com dengan meluncurkan aplikasi Rumah123.com Pro pada tahun 2015. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar agen properti profesional dapat lebih efektif dan efisien dalam mengatur listing mereka. Dengan hanya melalui tiga langkah saja yaitu, pertama memberikan informasi lokasi properti, yang kedua memberikan informasi spesifikasi properti, dan yang ketiga memposting foto listing properti. Hal ini juga termasuk kedalam usaha inovasi dan solusi yang dilakukan, karena dapat dilihat dari rating dan ulasan yang terdapat pada Play Store dan App Store perbandingan 2 aplikasi itu didapati bahwa rating dan ulasan yang diterima oleh Rumah123.com Pro lebih baik daripada Rumah123.com.

Gambar 1.2 Perbandingan Rating pada App Store dan Play Store antara



Rumah123.com Pro dengan Rumah123.com.

Dilihat dari Gambar 1.1 perbedaan yang signifikan terdapat pada rating aplikasi maupun App Store atau Play Store. Dapat dilihat rating yang lebih baik diperoleh Rumah123.com Pro yang merupakan hasil dari kembangan inovasi Rumah123.com. Dengan umur yang sudah 15 tahun berjalan seharusnya Rumah123.com bisa mendapatkan rating yang lebih bagus daripada Rumah123.com Pro yang baru berumur 7 tahun.

Pada aplikasi Rumah123.com ditemukan berbagai kendala terutama pada fitur yang bisa dibilang tidak berjalan dengan baik. Dapat dilihat dari ulasan konsumen yang telah menginstall aplikasi Rumah123.com dimana pengakses kesulitan saat ingin memasuki aplikasi, kemudian kendala ketika ingin memposting properti dan masih banyak kendala lainnya. Hal ini mengakibatkan pengguna aplikasi merasa kecewa dan turunnya tingkat kepuasan konsumen karena merasa tidak nyaman atas layanan yang diberikan dan mengakibatkan rating pada aplikasi juga kurang baik. Dengan begitu dapat diketahui darimana sisi ketidakpuasan konsumen pada layanan aplikasi dan apa saja yang perlu diperbaiki oleh aplikasi Rumah123.com yaitu dari segi akses, program posting dan masalah lain yang menurut pengguna masih kurang dapat digunakan dengan maksimal.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu, hal-hal diatas menyebabkan turunnya tingkat kepuasan konsumen. Sedangkan kepuasan konsumen dibentuk melalui kualitas layanan yang baik. Oleh karena itu hal ini perlu dikaji apakah pelaksanaan layanan pada aplikasi Rumah123.com telah memenuhi kriteria kepuasan konsumen. Sehingga, peneliti bertujuan untuk menuangkan hasil penelitian pada Tugas Akhir yang berjudul **“ANALISIS KUALITAS LAYANAN PADA APLIKASI RUMAH123.COM TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Permasalahan yang akan dibahas, yaitu:

1. Bagaimana kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi Rumah123.com kepada konsumen?

1.3 BATASAN MASALAH

Batasan masalah ini merupakan pokok permasalahan dari penelitian. Berdasarkan judul dan latar belakang yang telah dijelaskan Batasan masalah pada penelitian ini yaitu:

- a. Bagaimana pengaruh kualitas layanan yang diberikan aplikasi Rumah123.com atas tingkat kepuasan konsumen.

1.4 TUJUAN

- a. Untuk mengetahui kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi Rumah123.com

1.5 MANFAAT

1. Manfaat Bagi Peneliti:

- a. Peneliti dapat mengetahui bagaimana cara melakukan pelayanan yang baik dan berkualitas.
- b. Peneliti dapat mengetahui pengaruh tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan.
- c. Sebagai syarat kelulusan program studi D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Vokasi Universitas Airlangga

2. Manfaat Bagi Pembaca:

- a. Mendapatkan wawasan bagaimana cara melaksanakan pelayanan yang baik dan berkualitas.
- b. Mendapatkan wawasan bagaimana pengaruh tingkat kepuasan konsumen atas kualitas layanan yang diberikan.

3. Manfaat Bagi Pihak Aplikasi Rumah123.com:
 - a. Sebagai bahan evaluasi terkait kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.
 - b. Sebagai sarana kritik dan saran untuk pihak aplikasi Rumah123.com terkait kualitas layanan guna terciptanya kepuasan pelanggan.
 - c. Sebagai bahan untuk melakukan *updating* pada sistem layanan aplikasi Rumah123.com