

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seperti yang kita ketahui di era ini semua serba dipermudah, apapun dapat di akses dengan internet. Dimulai dari belanja *online*, pesan makanan *online*, hingga transportasi berbasis *online*. Dengan pesatnya perkembangan internet pada saat ini, maka terbangun sebuah sistem perdagangan dunia maya. *E-Commerce* atau perniagaan elektronik merupakan semua bentuk transaksi perdagangan barang ataupun jasa yang menggunakan media perantara internet. Saat ini layanan kepada pengguna juga dapat dilakukan secara *online*, contohnya adalah perusahaan-perusahaan yang menjual barang/jasa melalui *E-Commerce*. Ini terjadi karena berbanding lurus dengan penyedia layanan yang membantu orang-orang untuk menggunakan teknologi. Membuat setiap toko *online* terus bersaing untuk memberikan kemudahan dan keuntungan bagi semua konsumennya. Bukan hanya pelaku UMKM saja, bahkan *brand* besar juga ikut masuk dan berjualan di *marketplace* secara *online*, hal ini juga terbukti dari angka pertumbuhan *marketplace* di Indonesia yang terus meningkat secara pesat, tepatnya sejak dari masa pandemi Covid-19.

Website memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah perusahaan, maka keberadaan sebuah *website* dalam perusahaan harus dapat mempresentasikan perusahaan itu sendiri di mata pelanggan. Sekarang ini

website yang menyediakan fasilitas belanja *online* di Indonesia sangat beragam, salah satunya *website* tokopedia.com. Dikutip dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia> tokopedia resmi diluncurkan ke publik pada 17 Agustus 2009 di bawah naungan PT.Tokopedia yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Februari 2009. PT.Tokopedia merupakan perusahaan perdagangan elektronik atau sering disebut toko daring. Sejak didirikan pada tahun 2009.

Tabel 1.1 *E-Commerce* Pengunjung Terbanyak 2022

BRAND	PENGUNJUNG
TOKOPEDIA	158,3 Juta
SHOPEE	131,3 Juta
LAZADA	26,6 Juta
BUKALAPAK	21,3 Juta
BLIBLI	19,7 Juta

Tabel 1.2 *E-Commerce* Pengunjung Terbanyak 2023

BRAND	PENGUNJUNG
SHOPEE	158 Juta
TOKOPEDIA	117 Juta
LAZADA	83,2 Juta
BLIBLI	25,4 Juta
BUKALAPAK	18,1 Juta

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa *website* tokopedia berada pada peringkat pertama pada tahun 2022 dengan jumlah 158,3 Juta pengunjung. Sedangkan pada tabel 1.2 Jumlah pengunjung *website* tokopedia sepanjang 2023 berjumlah 117 juta dan menduduki peringkat ke dua. (Katadata, 2023).

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh *website* tokopedia mengalami penurunan dan belum sepenuhnya maksimal yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Berdasarkan fakta tersebut, *website* tokopedia seharusnya mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap masih kurang oleh pengguna sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas layanan.

Ada banyak cara dan metode untuk mencari hubungan kualitas layanan *website* dengan kepuasan penggunaannya, salah satunya adalah webqual. Webqual merupakan salah satu metode atau teknik yang banyak dipakai pada pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna (Napitupulu, 2016). Pengukuran kualitas pada sebuah *website* menggunakan webqual 4.0 dilakukan oleh para pengguna *website* sebagai tolak ukur untuk mengetahui bagaimana pengelola *website* menyesuaikan persepsi pengguna (Mustopa, dkk., 2020). Kualitas suatu *website* dapat diukur dengan menggunakan metode webqual 4.0 untuk menilai *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* pada *website* berdasarkan persepsi pelanggan (Ihsan, dkk., 2020).

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Kualitas Layanan Website Tokopedia.Com Menggunakan Metode Webqual 4.0.”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana tingkat kepuasan pengguna layanan *Website Tokopedia.Com* menggunakan metode Webqual 4.0?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna layanan *Website Tokopedia.Com*.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Objek Penelitian

Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan hasil dari penelitian pengukuran mengenai sejauh mana kualitas layanan dari *website tokopedia.com*. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi pertimbangan pihak terkait agar mungkin bisa meningkatkan layanan yang masih menjadi kekurangan.

2. Bagi Peneliti

Dapat membantu peneliti menyelesaikan tugas akhir dari kampus yakni skripsi dan juga untuk mengetahui bagaimana hasil dari penelitian *website tokopedia.com* menggunakan metode webqual 4.0, selain itu juga dapat menerapkan beberapa ilmu yang sudah di dapat selama masa perkuliahan.

1.5 Ruang Lingkup

Dalam penyusunan penelitian ini, permasalahan yang akan dibahas dibatasi pada :

1. Penelitian ini hanya dilakukan untuk menganalisis kualitas *website* tokopedia.com.
2. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Webqual 4.0 yang terdiri dari tiga variabel yaitu *usability* (kualitas pengguna), *information quality* (kualitas informasi), *service interaction quality* (kualitas layanan interaksi).
3. Responden pada penelitian ini diambil dari pengguna *website* tokopedia.com di Universitas Teknologi Digital Indonesia (UTDI).
4. Data yang diolah berdasarkan hasil dari jawaban kuesioner responden.
5. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode *CSI* (*Customer Satisfaction Index*).

1.6 Sistematika Penelitian

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini berfokus membahas mengenai latar belakang yang terdapat pada *website* tokopedia.com. Di bab ini juga menjelaskan tentang awal mula *website* tokopedia.com di bangun dan berkembang. Rumusan masalah sesuai dengan metode Webqual 4.0. Tujuan juga di buat sesuai dengan metode 4.0. Serta ruang lingkup yang berfokus pada analisis kualitas *website* tokopedia.com.

Bab II Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori

Pada bab ini akan membahas tinjauan pustaka mengenai penelitian yang pernah di buat sebelumnya atau penelitian terdahulu. Dari penelitian tersebut akan menjadi acuan dan pembanding dalam penelitian ini. Dan dasar teori penelitian ini akan menjelaskan *website* tokopedia.com, webqual 4.0, Uji Validasi, Uji Reliabilitas, Kualitas layanan, Kuesioner, CSI, Populasi, Sampel, Teknik Sampling, Ekspektasi dan Persepsi.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini akan membahas tentang apa saja yang dibutuhkan pada proses penelitian *website* tokopedia.com, baik perangkat lunak maupun perangkat keras. Serta membahas tentang pengujian yang dilakukan dengan menggunakan uji Validitas, Uji Reliabilitas, Populasi, sampel dan Rancangan Kuesioner.

Bab IV Implementasi dan Pembahasan

Pada bab ini akan berfokus tentang bagaimana proses dan teknik penghitungan data dari setiap variabel CSI dan keseluruhan variabel CSI, yang awalnya berupa nilai dari kuesioner yang telah disebar ke responden.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bab V hanya membuat kesimpulan dari proses analisis *website* tokopedia.com dari awal mula penelitian sampai terselesainya penelitian dan saran dari penulis mengenai apa yang menjadi kekurangan dalam penelitian ini.