

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Teknologi saat ini telah berkembang sangat cepat dan memberikan kemudahan bagi masyarakat, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengakses segala bentuk informasi apapun yang diinginkan dengan hanya menggunakan gawai. Begitu pula dengan dunia usaha bisnis, yang tidak luput dari sentuhan perkembangan teknologi. Transaksi pembelian barang yang lumrahnya dilakukan dengan datang langsung pada toko dan lingkup pelanggan toko yang hanya ada di sekitar lingkungannya saja, sekarang mulai berubah menuju era melakukan transaksi pembelian segala kebutuhan sehari-hari hanya dengan menggunakan gawai dan tanpa perlu ke luar rumah sebagaimana yang telah disampaikan oleh Sari (2015) bahwa “Kegiatan belanja online merupakan bentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan tatap muka secara langsung”.

Dengan adanya *internet* transaksi *online* dapat dengan mudah dilakukan dan diakses oleh berbagai kalangan masyarakat. Belanja *online* juga memberikan keuntungan yang lebih besar dan cangkupan pelanggan yang lebih luas yaitu dengan melakukan penyebaran informasi melalui sosial media. Dengan adanya perubahan ini tentu dapat menarik lebih banyak pelanggan dari berbagai kalangan dan daerah, dimana hal ini tidak dapat dilakukan jika hanya mengandalkan kegiatan belanja *offline*.

Pengaruh sosial media sangatlah besar karena berbagai macam jenis transaksi dapat dilakukan dengan sebuah tautan yang saling terhubung antara satu *platform* dengan *platform* sosial media lainnya. Cara ini lebih efektif daripada melakukan promosi dari mulut ke mulut yang memiliki keterbatasan ruang lingkup dan waktu yang lama. Terlebih lagi saat pertemuan transaksi secara tatap muka dapat melibatkan resiko yang lebih besar, dikarenakan Indonesia saat ini

masih dibayang-bayangi dengan adanya virus covid-19 yang dimana angka penyebaran virus semakin naik dari waktu ke waktu. Belum lagi virus covid-19 diberitakan telah melakukan mutasi menjadi berbagai jenis yang berbeda disertai dengan gejala yang berbeda pada tiap variasinya.

Menurut Supriyadi et al. (2021) “Penyebaran virus corona masih terus terjadi di berbagai negara dengan jumlah kasus dan korban jiwa meningkat. Kasus-kasus baru masih dilaporkan tiap hari bahkan muncul varian baru virus corona yang ditemukan di Inggris. Virus corona pada awal bulan Desember 2020 telah menyebar diseluruh dunia dengan total kasus 67.000.000 dan angka kematian 1.540.000. Negara tertinggi di Amerika Serikat dengan total kasus 14.800.00 dan angka kematian 282.000. Indonesia menempati urutan ke-20 dengan total kasus 576.000 dan angka kematian 17.740”. Hal inilah yang menjadi alasan lebih kuat lagi untuk memilih kecenderungan melakukan kegiatan belanja yang melakukan kontak fisik seminimal mungkin yaitu dengan memanfaatkan teknologi dan internet yang ada.

Blackdoff bergerak dalam bidang penjualan salah satu aksesoris *smartphone* yang telah berdiri sejak 2017 dan aktif dalam melakukan pergerakan bisnis hingga sekarang. Promosi yang dilakukan Blackdoff saat ini lebih berfokus pada *marketplace* dan *dropshiper*. Usaha ini terletak di Malang tepatnya di Jl. Rembuksari No.42, Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65142. Usaha ini juga memiliki sebuah *website* yang dibuat pada tahun 2017 sampai sekarang. Pemilik bisnis ini yaitu Mas Erwan Saputra mengatakan bahwa selama ini belum pernah melakukan penilaian kualitas layanan sebelumnya. Hal ini dikarenakan lebih fokus melakukan penjualan pada *marketplace*. Selain itu, transaksi yang dilakukan melalui *website* lebih sedikit jika dibandingkan dengan *marketplace*.

Padahal menurut (Husain & Sani, 2020) Menyatakan bahwa Kualitas adalah sebuah kata yang berguna untuk suatu mutu yang bernilai harganya. Layanan yang baik juga mendukung kualitas atau mutu dari perusahaan itu sendiri. Dan ketika konsumen mendapatkan hak pelayanan yang baik, maka akan menjadi nilai tambah bagi sebuah perusahaan sehingga akan membuat konsumen terus kembali

melakukan transaksi di tempat tersebut.

Berdasarkan penjabaran di atas, maka perlu untuk dilakukan analisis kualitas layanan pada *website* Blackdoff. Dengan adanya analisis sistem informasi ini, *website* akan dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan juga dapat menjadi salah satu *platform* terpercaya dalam melakukan transaksi jual beli dan dapat dijadikan salah satu opsi yang dipilih oleh *customer*. Kontrol kualitas layanan sangatlah penting untuk kedepannya karena merupakan salah satu hal yang berpengaruh bagi pelanggan dalam memberikan kepercayaannya dan juga faktor penentu keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian barang. Seperti yang dikatakan Gofur (2019) “Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah”.

Adapun dalam penelitian ini saya akan membuat sebuah sistem informasi analisis kualitas layanan yang nantinya dapat mengontrol kualitas layanan pada *website* Blackdoff. Sehingga *website* dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi terhadap *customer* mereka. Dalam penelitian ini saya menggunakan metode *Service Quality* yang akan digunakan untuk menganalisa perbandingan kemudahan dalam kualitas pelayanan pada *online shop* Blackdoff. nantinya aplikasi ini dapat lebih dikembangkan menjadi aplikasi yang lebih baik yang digunakan demi kemudahan dan kenyamanan para *customer* dan bila ada ketidakpuasan pelanggan terhadap tampilan *online shop* Blackdoff maka nantinya akan diberikan rekomendasi untuk *output* pada *website* yang sudah ada sebagai masukan pada merek dagang Blackdoff.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka dapat di rumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Mengukur tinggi kualitas layanan yang ada selama ini pada *website* Blackdoff.
- b. Mencari faktor yang perlu ditingkatkan pada layanan *Website* Blackdoff

- c. Membuat *web* analisa dengan menggunakan *Service Quality* terhadap *Online Shop* Blackdoff dan mencari rekomendasi aplikasi yang baik..

### **1.3 Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mengetahui tingkat kualitas layanan pada Sistem Informasi Blackdoff.
- b. Mengetahui faktor layanan yang perlu ditingkatkan pada *website* Blackdoff.
- c. Menerapkan Metode analisa dengan menggunakan metode *Service Service* terhadap *Online Shop* Blackdoff dan membuat rekomendasi aplikasi yang baik dari faktor layanan.

### **1.4 Manfaat**

Manfaat dari Analisis Sistem Informasi ini nantinya adalah untuk mengetahui seberapa baik *website* telah berjalan selama ini. Sehingga dapat ditingkatkan dengan membuat rekomendasi aplikasi *website* yang bai itu seperti apa sehingga dapat menjadikan *website* Blackdoff menjadi lebih baik untuk memberikan kemudahan pada *customer* dalam berinteraksi dengan penjual sehingga waktu belanja menjadi lebih efektif dan efisien baik bagi *customer* atau owner dari merek dagang Blacdoff sendiri.