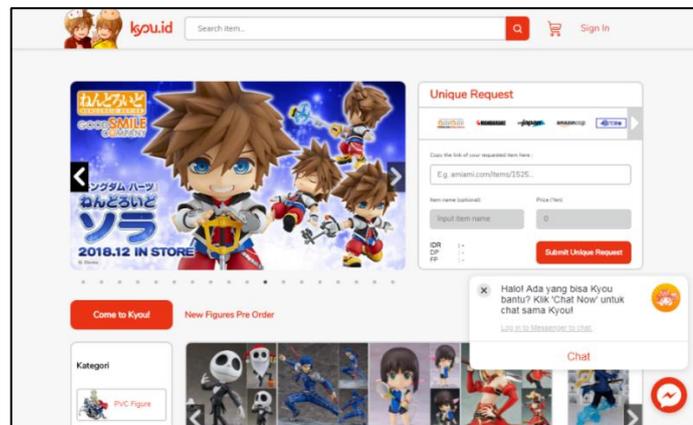


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berkembangnya perdagangan secara *online* telah mengubah perilaku masyarakat dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa yang berawal dari mendatangi secara langsung menjadi *online*. Sekarang sudah banyak toko yang memberikan layanan dengan menggunakan media *online* sebagai saran penjualannya. Kyou merupakan salah satu toko yang bergerak dibidang penjualan *figure* dan *merchandise* yang berhubungan dengan *anime*, yang sekarang sudah membuka layanan penjualan secara *online* dengan menggunakan *website* yang dapat diakses di kyou.id.



Gambar 1.1 Halaman Depan Website

Pada *website* kyou.id terdapat 3 fitur utama yang berhubungan langsung dalam proses penjualan, yaitu *Pre-Order & Back Order*, *Ready Stock*, *Unique Request*. *Pre-order & back order* digunakan untuk melakukan pemesanan dan pembayaran diawal untuk mendapatkan stok berdasarkan waktu yang ditentukan, *Ready Stock* adalah barang yang sudah tersedia dan dapat dilakukan proses pembelian selama barang masih tersedia, *Unique Request* adalah pemesanan barang yang dilakukan oleh pembeli yang dilakukan dengan mencari barang dari *website* jepang dari list *website* yang sudah disediakan oleh kyou, setelah menemukan barang yang diinginkan, *copy link website* barang yang diinginkan ke form *Unique Request*, kyou akan menghitung jumlah yang perlu dibayarkan.

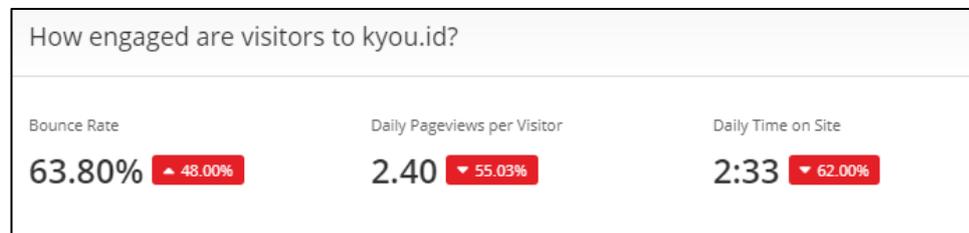
Berdasarkan 3 fitur utama di atas, peneliti menerima data langsung dari *founder* kyou sendiri, pengunjung *website* kyou.id lebih sering menggunakan satu fitur untuk melakukan pembelian, yaitu *unique request*. Peneliti menemukan beberapa permasalahan pada *website* kyou.id yang peneliti anggap dapat mempengaruhi kualitas *website* kyou.id diantaranya adalah sulitnya mengubah data pribadi seperti alamat tempat tinggal karena harus menggunakan *chatbot*, tidak adanya *wishlist* sehingga pembeli tidak bisa membuat daftar barang yang akan dibeli nantinya, fitur *chatbot* yang dihadirkan kurang bisa menjawab pertanyaan yang ingin ditanyakan ketika ada pertanyaan lain yang ingin ditanyakan di luar pilihan yang ada, masih adanya barang *sold out* pada menu *ready stock* sehingga pembeli merasakan sedikitnya barang yang benar-benar tersedia, *friendship point* yang terkumpul dari hasil pembelian barang tidak

terlihat, sehingga pembeli tidak tahu pasti sudah berapa poin yang sudah terkumpul.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *website* alexa.com, angka *website traffic statistic* kyou.id mengalami penurunan, statistik penurunan ini dapat dilihat dari 4 (empat) faktor yaitu *alexa traffic ranks*, *bounce rate*, *daily pageview per visitor*, dan *daily time on site*. *Alexa traffic ranks* adalah perkiraan seberapa populer suatu *website* terkait terhadap semua situs lain. Peringkat ini dihitung dengan menggunakan kombinasi *daily visitor* dan *pageview* selama 3 bulan terakhir. *Bounce rate* adalah suatu persentase pengunjung ke situs *website* tertentu yang keluar dari situs tersebut setelah hanya melihat satu halaman, *Daily pageview per visitor* adalah jumlah rata-rata halaman yang dikunjungi dalam jangka waktu tertentu oleh satu pengunjung perharinya, jika semakin tinggi persentase *daily pageview per visitor* maka semakin banyak jumlah halaman yang di kunjungi oleh satu pengunjung *website* begitu pun sebaliknya. *Daily time on site* adalah rata-rata lama kunjungan ke *website* selama jangka waktu yang telah ditentukan (diukur dalam menit), jika semakin tinggi persentase *Daily time on site* maka semakin banyak pengunjung melihat isi *website* begitu pun sebaliknya. Sumber: (Yesbeck, 2015).



Gambar 1.2 Traffic Ranks kyou.id



Gambar 1.3 Statistik keterlibatan pengunjung

Persentase yang didapat menggunakan *website* alexa.com, persentase *Bounce Rate* kyou.id mengalami kenaikan 48.00% dalam 3 bulan terakhir sehingga menjadi 63.80% dan ini menjadi angka yang buruk karena banyak pengunjung *website* yang tidak berlama lama dan langsung menutup *website* kyou.id. Persentase *daily Pageview per Visitor* mengalami penurunan sebanyak 55.03% dalam 3 bulan terakhir sehingga menjadi 2.40 yang berarti jumlah halaman rata-rata yang dibuka oleh satu pengunjung semakin menurun, dan persentase *Daily time on site* juga mengalami penurunan sebanyak 62.00% dalam 3 bulan terakhir sehingga menjadi 2:33, yang berarti lama waktu digunakan pada saat berada *website* kyou.id.

Data-data yang ditampilkan kyou.id memiliki pembeli yang setia menggunakan *website*, akan tetapi masih terdapat pembeli yang belum

menggunakan *website* kyou.id secara maksimal sehingga mengakibatkan timbulnya masalah, yaitu berhubungan dengan kepuasan pembeli, sehingga kyou.id harus meningkatkan kualitas *website* kyou.id untuk memenuhi tingkat kepuasan dari masing-masing pembeli. Salah satu hal yang menyebabkan *website traffic statistic* kyou.id menurun yaitu, pengunjung *website kyou.id* hanya melihat-lihat beberapa halaman pada *website* dan langsung menutup halaman *website* kyou.id selama kurang lebih 30 menit tanpa melakukan kegiatan apapun.

Importance-Performance Analysis atau yang biasa disingkat dengan metode IPA pertama kali diperkenalkan oleh John A. Martilla dan John C. James pada tahun 1997 sebagai teknik analisis deskriptif yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang perlu dan harus ditingkatkan kinerjanya untuk memenuhi kepuasan pembeli pada sebuah organisasi atau perusahaan. *Importance-Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu metode yang dipakai untuk melihat kepuasan pembeli dengan cara menghitung tingkat kepentingan dan tingkat kinerjanya. Tingkat kepentingan merupakan atribut yang menjadi acuan seberapa penting pelayanan perusahaan untuk pembeli, sedangkan tingkat kinerja adalah atribut kinerja yang dilakukan perusahaan. (Ikrawan, Yuri, & Harijanto, 2015)

Kelebihan metode IPA dibanding dengan metode yang lainnya adalah dapat mengambil suatu keputusan secara akurat dan cepat dalam mengatasi masalah yang berkaitan dengan ketidakpuasan pembeli terhadap pelayanan yang diberikan oleh *website*, sehingga diharapkan pelayanan yang diberikan kedepannya dapat memuaskan pembeli, serta tujuan yang ingin dicapai dapat terpenuhi. Selain itu

metode IPA adalah metode yang mudah digunakan dan sangat sederhana. Hasil dari penghitungan IPA tersebut akan dimasukkan ke dalam diagram kartesius untuk mengetahui prioritas dari atribut pelayanan perusahaan. Sehingga di akhir analisis diharapkan akan terlihat mana saja atribut-atribut pelayanan perusahaan yang perlu untuk diperbaiki, maupun dipertahankan kepentingan dan kinerjanya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KUALITAS *WEBSITE KYOU.ID* TERHADAP KEPUASAN PEMBELI MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS*”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi sebagai berikut:

1. Pengguna mengalami kesulitan dalam pengubahan data pada website *Kyou.id* seperti pengubahan alamat, tempat tinggal, nomor telepon dan lain-lain;
2. Tidak adanya *wishlist* sehingga pembeli tidak dapat membuat daftar barang yang mungkin akan dibeli nanti;
3. Fitur *chatbot* pada *Kyou.id* kurang bisa menjawab pertanyaan sesuai dengan yang diharapkan oleh pembeli maupun calon pembeli;
4. Terdapat banyak barang yang *sold out* namun tetap ditampilkan pada menu *ready stock* sehingga memperlambat pembeli maupun calon pembeli dalam melakukan pencarian produk yang diinginkan;

5. *Friendship Point* yang terkumpul dari hasil pembelian barang tidak terlihat, sehingga pembeli tidak tahu akan point yang mereka miliki.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut di atas dan dikarenakan keterbatasan tenaga, waktu dan biaya serta agar pembahasan penelitian ini tidak melebar kemana-mana, maka peneliti memfokuskan penelitian pada analisis kualitas website kyou.id terhadap kepuasan pembeli menggunakan metode *importance-performance analysis*.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah tersebut di atas sehingga peneliti dapat merumuskan masalah di dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana tingkat kualitas website terhadap kepuasan pembeli pada kyou.id menggunakan metode *importance-performance analysis*?
2. Atribut kualitas *website* apakah yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pembeli pada *website* kyou.id?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis bagaimana tingkat kualitas *website* kyou.id terhadap kepuasan pembeli dengan menggunakan metode *importance-performance analysis*;
2. Untuk menganalisis atribut kualitas *website* yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pembeli pada *website* kyou.id.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi setiap pembaca.

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan pengetahuan khususnya tentang analisis kualitas website terhadap kepuasan pembeli serta dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan referensi bagi pihak yang akan melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan.

1.6.2. Manfaat Praktis

Selain manfaat teoritis, analisis ini juga diharapkan dapat membawa manfaat praktis, seperti:

1. Peneliti mampu menganalisis secara rinci website kyou.id serta peneliti mendapat pengetahuan dan wawasan tambahan mengenai media yang diteliti;
2. Pihak Kyou, Hasil analisis ini diharapkan dapat mengetahui tingkat kinerja dan kepentingan pembeli;
3. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan dalam menghadapi dan meningkatkan kualitas website terhadap kepuasan pembeli.