

BAB I

PEDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia perkembangan penggunaan perangkat *mobile* yang berbasis *system* operasi android sangat berkembang dengan pesat. *Mobile commerce (m-commerce)* merupakan *e-commerce* yang dilakukan dalam lingkup nirkabel, dengan menggunakan telepon seluler untuk mengakses *internet* dan berbelanja kapan saja dan dimana saja saat ini sudah banyak berbagai macam aplikasi pendukung.¹

E-Commerce memiliki dampak yang sangat besar dalam dunia bisnis, terutama dalam proses penyempurnaan marketing perusahaan demi mencapai tujuan perusahaan itu sendiri, seperti memiliki daya tarik yang kuat sehingga banyak pribadi atau organisasi tertarik untuk menjalankan bisnis ini. Di Indonesia pertumbuhannya terus meningkat dan berdampak positif bagi produsen maupun konsumen. *E-Commerce* adalah suatu kegiatan bisnis yang dilakukan lewat dunia maya (*internet*), dengan memanfaatkan kemajuan teknologi para pengguna dapat melakukan penjualan pembelian dan lain-lain. *E-Commerce* sangat menguntungkan untuk para penggunanya karena memudahkan untuk pembeli yang menginginkan suatu barang tanpa harus berpergian keluar rumah. Sekarang sudah semakin banyak bermunculan *online shop* ataupun perusahaan- perusahaan yang menjual berbagai macam barang dengan cara hanya membuat *website*. Jadi proses pemesanan barang dikomunikasikan melalui *internet*.²

Dalam pelayanan konsumen *Deal Java* juga memiliki kantor yang

¹Kasmawi, et.al., “Aplikasi Jual Beli Online Produk Usaha Kecil dan Menengah Berbasis Android” dalam *Jurnal Instek*, 4(1): April 2019, h. 31-32.

²Ambo Aco dan Andi Hutami Endang, “Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar” dalam *Jurnal Insypro*, 2(1): 1-13, 2017, h. 1-3.

menyediakan pelayanan *costumer service* yang dapat kita hubungi apabila terjadi kesalahan dalam bertransaksi dan keluhan lainnya. Berikut ini tabel pelayanan Deal Java yang menunjukkan beberapa informasi yang berkaitan dengan aplikasi Deal Java baik itu dari tahun berdiri, kota, produk, hingga jumlah pengguna.

Tabel 1.1
Pelayanan Deal Java

Deal Java						
	Tahun	Kota	Produk	Sosial Media	Merchant	Pengguna
Berdiri	2013	Medan	<i>Food</i>	<i>Facebook</i>	200+	50.000+
Ekspansi Pertama	2015	Surabaya	<i>Beauty</i>	<i>Instagram</i>		
Ekspansi Kedua	2016 s/d 2017	Jakarta, Yogyakarta dan Pekanbaru	<i>Lifestyle</i>	<i>Twitter</i>		
Ekspansi Selanjut	2018	Bandung	Tiket			

Sumber: Website resmi Deal Java (2020)

Kalangan yang menjadi sasaran konsumen bagi *Deal Java* adalah untuk semua kalangan karena pada aplikasi *Deal Java* terdapat keterangan usia yaitu mulai dari usia empat tahun keatas. Dan untuk semua kalangan tidak hanya yang berekonomi tinggi saja. Karena dengan promo yang disediakannya maka berarti itu menjadi

kemudahan bagi semua orang untuk mendapatkan dan merasakan sesuatu.³

Kepuasan konsumen adalah hal utama yang harus diperhatikan perusahaan, maka dari itu tidak sedikit perusahaan yang bekerja sama dengan *platform* agar dapat mempermudah dan memberikan promo-promo menarik untuk konsumennya. Dengan semakin majunya teknologi informasi yang ada sekarang ini banyak perusahaan yang memanfaatkannya untuk keperluan bisnis, dalam menunjang kepuasan konsumen yang akan dirasakan oleh konsumen. *Deal Java* sebagai media jasa promosi *online* memiliki alat untuk mengoperasikan layanannya berupa aplikasi *mobile*. Setiap aplikasi *mobile* pasti memiliki kualitas dalam pengoperasiannya.

Faktor awal yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa yang memasarkan produknya secara *online* maka *e-service quality* sangat penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Semakin bertambah dewasa pikiran konsumen dalam mempertimbangkan kualitas suatu produk yang dipilihnya, sehingga menuntut perusahaan untuk selalu memperbaiki kualitas produk mereka.⁴

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah citra perusahaan. Citra perusahaan juga tidak kalah penting dengan performa produk. Citra perusahaan yang baik dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan orang yang ada di dalamnya terus mengembangkan kreativitas bahkan memberikan manfaat bagi orang lain. Perusahaan diharapkan mengkomunikasikan secara jelas tentang bagaimana perusahaan memenuhi keinginan dan kebutuhan pasar yang berorientasi pada pelanggan sehingga dapat mengarahkan masyarakat dalam mencitrakan perusahaan secara positif.⁵

³William Jones Simanjuntak, "Deal Java Aplikasi Memasarkan Diskon Penyelamat Kantong", <http://medium.com>. Diakses pada 15 Mei 2020

⁴Nirma Kurriwati, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen" dalam *Jurnal Trunojoyo*, 1(1): 48-55, 2015, h. 48.

⁵Putri Apriyanti, et. al., "Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas

Faktor kepuasan konsumen yang ketiga adalah yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk.⁶

Kepuasan pelanggan dinilai sangat penting dan menentukan terhadap keberhasilan organisasi. Hal ini bisa dimengerti karena pelanggan yang mendukung operasional perusahaan dan pelanggan akan terus melakukan interaksi dengan perusahaan ketika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan dan “*It is measured by the perception of the pleasurable fulfillment of needs and wants*”. Maksudnya bahwa kepuasan diukur dari persepsi konsumen atas rasa senang yang diperolehnya karena terpenuhinya kebutuhan dan keinginannya.⁷

Dalam Islam, pembangunan pada dasarnya dimaksudkan untuk meningkatkan kesejahteraan manusia yang terletak pada terpeliharanya agama (*hifzad-din*), jiwa (*nafs*), akal (*aql*), keturunan (*nasl*) dan harta (*mal*) yang biasa disebut dengan *maqasidsyari'ah*. Dengan demikian kesejahteraan dalam ekonomi Islam adalah sebuah kondisi dimana *maqasid syari'ah* terjamin keberadaannya dalam kehidupan manusia.

Beberapa pemahaman pokok mengenai pertumbuhan ekonomi yang dilihat dari perspektif Islam diantaranya mengenai batasan tentang persoalan ekonomi, perspektif Islam tidaklah sama dengan yang dianut oleh kapitalis, dimana yang dimaksud dengan persoalan ekonomi yaitu persoalan kekayaan dan minimnya sumber-sumber kekayaan. Perspektif Islam menyatakan bahwa hal itu sesuai dengan kapasitas yang telah disediakan oleh Allah untuk memenuhi kebutuhan manusia yang

Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang) dalam *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, 1(2): 159-166, November 2017, h. 160.

⁶Stephanus Irfan Setyawan, “Analisis Pengaruh Kualitas Aplikasi, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek (Studi Pada Konsumen Gojek di Yogyakarta)”(Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, 2019), h. 3-5.

⁷Themy Liliyana, “Kepuasan Pelanggan Aplikasi Deal Java” dalam *Jurnal AGORA*, 6 (2) : 1 - 6, 2018, h. 1.

ditujukan untuk mengatasi persoalan kehidupan manusia. Pertumbuhan ekonomi telah digambarkan dalam Q.S. Nuh ayat 10-12.

فَقُلْتُ اسْتَغْفِرُوا رَبَّكُمْ إِنَّهُ كَانَ غَفَّارًا ﴿١٠﴾ يُرْسِلِ السَّمَاءَ عَلَيْكُمْ مِدْرَارًا ﴿١١﴾ وَيُمْدِدْكُمْ بِأَمْوَالٍ وَيَبْدِينٍ وَيَجْعَلْ لَكُمْ جَنَّاتٍ وَيَجْعَلْ لَكُمْ أَنْهَارًا ﴿١٢﴾

Artinya: (10) Maka Aku katakana kepada mereka: Mohonlah ampun kepada Tuhanmu, sesungguhnya Dia adalah Maha Pengampun. (11) Niscaya Dia akan mengirimkan hujan kepadamu dengan lebat. (12) Dan membanyakkan harta dan anak-anakmu dan mengadakan untukmu kebun-kebum dan mengadakan (pula didalamnya) untukmu sungai-sungai.⁸

Dari ayat tersebut dapat dipahami, kesejahteraan dan kebahagiaan hidup akan kita raih selama kita rajin untuk melakukan *istighfar* (minta ampun). Allah menjanjikan rezeki yang berlimpah kepada suatu kaum, jika kaum tersebut mau untuk bebas dari kemiskinan dan senantiasa berjalan pada nilai-nilai ketakwaan dan keimanan. Akan tetapi, apabila kemaksiatan telah merajalela dan masyarakat tidak taat kepada Tuhannya, maka tidak akan diperoleh ketenangan dan stabilitas kehidupan.⁹

Saat ini, orang-orang banyak yang memilih untuk mendapatkan suatu produk atau jasa dengan harga yang terbilang murah dari biasanya namun memiliki kualitas yang tinggi. Dengan *Deal Java* ini, mereka bisa membeli *voucher* promosi suatu produk atau jasa yang lebih murah daripada biasanya. Terutama bagi mahasiswa yang sering menghabiskan waktunya diluar rumah baik untuk melakukan kerja kelompok dengan teman atau sekedar menghabiskan waktu luang. Maka dari itu peneliti melakukan pra penelitian ini dikalangan mahasiswa. Peneliti melakukan wawancara secara langsung pada 25 mahasiswa FEBI UINSU dengan hasil pra penelitian sebagai

⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: PT. Kumudasmoro Grafindo Semarang, 2012), Nuh, (71): 10-12.

⁹Isnaini Harahap, *Ekonomi Pembangunan Pendekatan Transdisipliner*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018), h. 6-7.

berikut:

Tabel 1.2
Hasil Pra Penelitian

No.	Jumlah Mahasiswa	Hasil Pra Penelitian
1.	15 Mahasiswa	Masih menggunakan aplikasi Deal Java
2.	7 Mahasiswa	Pernah menggunakan aplikasi Deal Java
3.	3 Mahasiswa	Tidak pernah menggunakan aplikasi Deal Java

Sumber: Data Primer yang Diolah (2020)



Gambar 1.1 Grafik Hasil Pra Penelitian

Berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat 15 mahasiswa yang masih menggunakan aplikasi *Deal Java* hingga saat ini dengan nilai persentase sebesar 60%. Lalu terdapat tujuh mahasiswa yang sebelumnya pernah menggunakan aplikasi *Deal Java* tetapi tidak hingga saat ini dengan nilai persentase sebesar 28%. Terakhir terdapat tiga mahasiswa

yang tidak pernah menggunakan aplikasi *Deal Java* dengan nilai persentase sebesar 12%.

Alasan dari tujuh mahasiswa yang pernah menggunakan aplikasi *Deal Java* tetapi tidak menggunakannya lagi sekarang adalah pertama berkaitan dengan tempat yang ditawarkan dalam aplikasi kurang menarik bagi mereka, yang kedua berkaitan dengan kualitas produk yaitu aplikasi *Deal Java* seperti *voucher* yang dibeli tidak dapat digunakan pada hari yang sama dan terkadang produk di aplikasi ini tidak sesuai dengan yang ditampilkan pada iklannya. Ketiga berkaitan dengan citra perusahaan yang kurang baik di mata mahasiswa karena sebagian dari mereka pernah mengalami lamanya proses komplain yang ditanggapi oleh perusahaan. Terakhir berkaitan dengan harga yang ditawarkan dalam aplikasi *Deal Java* bisa dikatakan kurang terjangkau untuk kantong mahasiswa.

Alasan dari tiga mahasiswa yang tidak menggunakan aplikasi *Deal Java* adalah mereka tidak atau belum pernah mendengar aplikasi ini sebelumnya. Kemudian, ada yang sudah tahu tetapi merasa belum membutuhkan aplikasi seperti ini untuk membeli beberapa produk seperti makanan, produk kecantikan, hingga tiket. Mereka masih lebih menyukai membeli langsung produk-produk tersebut daripada harus mememesannya lewat aplikasi.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI DEAL JAVA (SURVEI TERHADAP MAHASISWA FEBI UINSU MEDAN)**”. Dengan mahasiswa FEBI UINSU angkatan 2016 sebagai responden dari penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk, citra perusahaan, dan sistem atau kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen.

B. Identifikasi Masalah

Setelah dilakukan pra penelitian pada 25 mahasiswa FEBI UINSU masih terdapat mahasiswa yang tidak menggunakan aplikasi *Deal Java* lagi, dan ada pula

yang tidak pernah menggunakan aplikasi *Deal Java* lagi dengan berbagai alasan. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Berkaitan dengan tempat yang ditawarkan dalam aplikasi kurang menarik bagi mereka
2. Berkaitan dengan kualitas produk yaitu aplikasi *Deal Java* seperti *voucher* yang dibeli tidak dapat digunakan pada hari yang sama dan terkadang produk di aplikasi ini tidak sesuai dengan yang ditampilkan pada iklannya.
3. Berkaitan dengan citra perusahaan yang kurang baik di mata mahasiswa karena sebagian dari mereka pernah mengalami lamanya proses komplain yang ditanggapi oleh perusahaan.
4. Berkaitan dengan harga yang ditawarkan dalam aplikasi *Deal Java* bisa dikatakan kurang terjangkau untuk kantong mahasiswa.
5. Berkaitan dengan kebutuhan mahasiswa. Masih ada sebagian yang belum membutuhkan aplikasi seperti *Deal Java* untuk membeli beberapa produk. Mereka lebih suka membeli produk tersebut secara langsung ke tempatnya daripada membeli melalui aplikasi.

C. Batasan Masalah

Untuk memperjelas ruang lingkup yang akan di bahas dan agar penelitian dilaksanakan secara fokus maka terdapat batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan aplikasi *Deal Java* sebagai objek penelitian yang merupakan suatu aplikasi wadah promosi pada produk makanan, kecantikan, gaya hidup dan tiket.
2. Penelitian ini berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Adapun faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, citra perusahaan, dan harga produk.
3. Penelitian ini berkaitan dengan kepuasan konsumen. Dimana konsumen

dalam penelitian ini ditujukan pada mahasiswa FEBI UINSU.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas rumusan masalah yang dapat diangkat dari penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi *Deal Java* secara parsial?
2. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi *Deal Java* secara parsial?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi *Deal Java* secara parsial?
4. Apakah kualitas produk, citra perusahaan, sistem atau harga berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi *Deal Java* secara simultan?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini meliputi:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan mahasiswa sebagai konsumen *Deal Java* secara parsial.
- b. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan mahasiswa sebagai konsumen *Deal Java* secara parsial.
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan mahasiswa sebagai konsumen *Deal Java* secara parsial.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra perusahaan, dan harga terhadap kepuasan mahasiswa sebagai konsumen *Deal Java* secara simultan.

2. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan yang bermanfaat meliputi:

- a. Bagi mitra yang bekerja sama dengan perusahaan *Deal Java*, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berupa ide atau gagasan untuk pengembangan bisnis berbasis aplikasi lainnya.
- b. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai efektivitas aplikasi *Deal Java* sebagai media promosi *sale*.
- c. Bagi Akademisi atau Mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan *literature* dalam melakukan penelitian selanjutnya.
- d. Bagi penulis untuk menambah wawasan sekaligus sebagai pelaksanaan tugas akademik yaitu untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.