

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia, proses belanja menggunakan system secara online telah menjadi pilihan banyak individu atau masyarakat untuk memperoleh barang yang mereka butuhkan. Pertumbuhan E-ticket yang terus meningkat di Indonesia menyebabkan munculnya banyak aplikasi mobile marketplace sebagai penyedia layanan jual beli secara online.

Dalam menjalankan suatu bisnis, kepuasan pelanggan merupakan indikator utama untuk mencapai kesuksesan bisnisnya. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan para pengusaha harus memiliki peran dan tujuan yang tepat agar dapat bertahan dan bahkan mampu mengembangkan bisnisnya..¹

Dewasa ini, gaya hidup masyarakat semakin serba instan yang disebabkan mayoritas masyarakat memiliki mobilitas tinggi dalam menjalankan kegiatan sehari-harinya. Sehingga masyarakat mencari sesuatu yang praktis dan mudah dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Hal tersebut diikuti dengan adanya berbagai layanan yang menawarkan untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan. Perusahaan penyedia layanan tersebut menawarkan berbagai keunggulan kepada pelanggan agar perusahaan dapat terus bertahan dalam persaingan dengan perusahaan pesaing.

¹ Muhamad Ainul Yaqin., A, *Optimal Proses Bisnis untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Game Travel Agency*, (Seminar Nasional Inovasi dan Aplikasi Teknologi di Industri, 2019), 36.
https://www.researchgate.net/publication/331087413_Optimasi_Proses_Bisnis_untuk_Meningkatkan_Kepuasan_Pelanggan_pada_Game_Travel_Agency , Diakses pada tanggal 13 juli 2022.

Semakin mudah, menarik, dan menguntungkan bagi pelanggan, maka semakin banyak pelanggan yang berkunjung dan melakukan transaksi, sehingga membuat perusahaan semakin terkenal dan meningkatkan keuntungan. Oleh sebab itu, sistem penjualan suatu perusahaan tidak terlepas dari perkembangan zaman dan teknologi informasi.²

Pengelolaan sistem informasi secara efektif di suatu perusahaan merupakan hal yang sangat penting karena dapat memperoleh keunggulan kompetitif di perusahaan tersebut. Memanfaatkan teknologi informasi yang cepat dan akurat sangat diperlukan dalam sebuah organisasi atau perusahaan untuk dapat bersaing dalam ruang lingkup global. Dengan meningkatnya persaingan dan jumlah pesaing membuat perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta terus berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang baik.

Kualitas layanan sebagai cara yang efektif untuk mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif, sebagai peran untuk kesuksesan jangka Panjang. Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari akumulasi pengalaman yang didapatkan pelanggan atas penggunaan sebuah produk atau jasa, dimana kepuasan tersebut dapat berubah dari satu pengalaman ke pengalaman selanjutnya.³

² Fuji rahayu wilujeng, G., et. al. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Dua Bisnis E-Commerce Tersebar Di Indonesia Dengan Menggunakan Analisis Servqual Dan IPA, (*Jurnal UMJ*, 2019. 2. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnastek/article/view/5217> , Diakses pada tanggal 12 juli 2022.

³ Diana Rapitasari, Digital marketing berbasis aplikasi sebagai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan, (*Jurnal Cakrawala* Vol. 10 No.2, 2016), 108. <http://www.cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala/article/view/36> , Diakses pada tanggal, 12 Juni 2022.

Definisi dari kepuasan pelanggan tersebut telah dikemukakan oleh para ahli pemasaran. Menurut Engel, kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.⁴

Dalam pandangan syariah, kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan dengan produk atau jasa yang seharusnya sesuai dengan syariah dan kenyataan yang diterima. Menurut pendapat Qardhawi (1997), sebagai pedoman untuk menentukan tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen, suatu produk atau jasa harus melihat kinerja perusahaan terkait dengan sifat kejujuran, dapat dipercaya dan kebenaran.

Antautama.co.id adalah sistem novasi penjualan online yang memudahkan melakukan transaksi tiket pesawat dengan menerapkan system jaringan. Pada sistem ini bagi yang sudah menjadi pelanggan dapat melakukan *reservasi* tiket secara *online realtime*, mudah, cepat dan mudah. Tiket pesawat bisa dimanfaatkan sendiri maupun bisa di jual ke orang lain. Sistem yang mudah dan transparan, customer servise yang ramah, sabar dan berpengalaman.

Sebagai perusahaan yang menjual produk dan jasa, PT. Anta Utama Kediri harus memberikan pelayanan terbaik agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelangganya. Dengan meningkatnya persaingan dan jumlah pesaing membuat perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan

⁴ Engel, et al. *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam. Jilid I. Binarupa Aksara. Jakarta, 2000.

pelanggan serta terus berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang baik.

Berikut tabel data jumlah pelangga sebagai berikut:

Table 1
Pekembangan Jumlah Pelanggan

No	Tahun	Jumlah Pelanggan
1	2017	78142
2	2018	77212
3	2019	65528
4	2020	40544
5	2021	31566
6	2022	21488

Sumber: (Data dari ibu Devi selaku ticketing PT. Anta Utama Kediri)

Tingkat kepuasan perusahaan PT. Anta Utama Kediri melalui sistem pada aplikasi antautama.co.id telah mencapai kategori memuaskan, hal ini terlihat dari jawaban para pelanggan yang mengatakan bahwa pelanggan telah merasa puas dengan perusahaan hanya saja ada beberapa hal yang kurang di perbaiki seperti pendistribusian produk dan sistem server jaringan yang selalu terganggu dalam menggunakan aplikasi antautama.co.id.

Menurut Kotler dan Keller, Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari membandingkan kinerja produk yang dipersepsikan atau hasil terhadap ekspektasi seseorang, jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas, jika memenuhi

harapan maka pelanggan akan puas, jika melebihi harapan pelanggan sangat puas atau senang.⁵

Berikut data tingkat kepuasan pelanggan dari hasil wawancara dari informan pelanggan sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data tingkat kepuasan aplikasi antautama.co.id

No.	Pelanggan Informan	Tingkat Kepuasan (Angka %)	Alasan Konsumen	Ket
1	Hardianto	75%	pelayanan pada aplikasi antautama.co.id baik cepat dan mudah	Sangat puas
2	Asriani. S	65%	pelayanan pada aplikasi antautama.co.id baik cepat dan mudah akan tetapi selalu gangguan pada server jaringan	Puas
3	Sutrisno Purnomo	65%	pelayanan pada aplikasi antautama.co.id baik cepat dan mudah akan tetapi selalu gangguan pada server jaringan	Puas
4	Sumartono	75%	pelayanan pada aplikasi	Sangat

⁵ Lina Fatimah Lishobrina, Ne. at et., Tinjauan Kepuasan Pelanggan Pada Produk Ferronickel PT. Antam, Tbk Tahun 2012-2017, (*e-Proceeding of Applied Science* : Vol.4, No.2, 2018), 6. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/6584>, Diakses pada tanggal, 15 Juli 2022.

			antautama.co.id baik cepat dan mudah	puas
5	Irawan	55%	pelayanan pada aplikasi antautama.co.id baik cepat dan mudah tetapi gangguan server jaringan saat online	kurang puas
6	Mega Sari	75%	pelayanan pada aplikasi antautama.co.id baik cepat dan mudah	Sangat puas

Sumber: Data Hasil Wawancara Dari Pelanggan

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukan bahwa hasil data dari pelanggan menunjukan hasil kepuasan yang baik dan kurang baik, tidak adanya kendala dalam menggunakan aplikasi antautama.co.id dan hasil kurang baik di sebabkan oleh faktor atau sistem server jaring yang selalu terganggu.

Menurut kolter menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu cara kerja yang dilakukan oleh perusahaan dimana mereka berusaha melakukan perbaikan dari kualitas produk serta *service* yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut secara terus menerus. Pelanggan merupakan pihak yang meningkatkan nilai. Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kinerja produk dan harapan dari pembeli.⁶

⁶ Dhea, Yolanda, *Peranan Aplikasi MyIndihome Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT. Telkom Witel Padang*. Diploma thesis, Universitas Andalas. 2022, 19. <http://scholar.unand.ac.id/106981/> , Diakses Pada tanggal 13 Juli 2022.

Berangkat dari konteks peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada objek ini. Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan yang sudah pernah berbelanja menggunakan aplikasi antautma.co.id yang berdomisi di daerah Kediri. Adapun Alasan penelitian untuk melakukan penelitian yaitu untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada aplikasi antautama.co.id. sehingga peneliti bermaksud mengadakan penelitian dengan memilih judul penelitian ini **“Peran Aplikasi Antautama.co.id Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan”**. (Studi Kasus Pada PT. Anta Utama Kediri).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini dirumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana peran aplikasi antautama.co.id dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana peran aplikasi antautama.co.id dalam meningkatkan kepuasan pelanggan prespektif Islam?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan suatu penelitian adalah untuk menemukan dan membuktikan pengetahuan.⁷ Demikian pula dalam seluruh aktivitas yang dilakukan secara sengaja pasti mengandung unsur-unsur tujuan. Karena apapun yang dilakukan tanpa adanya tujuan, maka hasilnya pun tidak optimal.

Oleh karena itu tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D* (Bandug: Alfabet, 2012), 290.

1. Untuk menganalisa peran aplikasi antautama.co.id dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Untuk menganalisa peran aplikasi antautama.co.id dalam meningkatkan kepuasan pelanggan prespektif Islam.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan atau referensi perpustakaan, serta dapat dijadikan bahan kajian ke ilmunan berkaitan dengan peran aplikasi antautama.co.id dalam meningkatkan kepuasan pelangan agar dapat mempertahankan kelangsungan perusahaan bisnis agen travel.

2. Secara Praktis

- 1) Bagi Peneliti

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penlitian dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang didapatkan selama di bangku kuliah.
- b. Sebagai persyaratan guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE).

- 2) Bagi orang-orang yang menjalankan agen travel
 - a. Sebagai bahan pertimbangan bagaimana sikap yang harus diambil dalam mengambil sebuah keputusan dalam menjalankan bisnis tersebut.
 - b. Sebagai tolak ukur untuk melihat seberapa besar peran aplikasi antautama.co.id dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Bagi Umum
 - a. Sebagai bahan referensi tentang peran aplikasi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dalam berbelanja secara *online*.
 - b. Sebagai khazanah ilmu pengetahuan secara universal.

E. Telaah Pustaka

Secara umum, untuk mendapatkan gambaran hubungan topik penelitian yang diajukan dengan penelitian sebelumnya, agar tidak ada perubahan yang tidak diperlukan.⁸ Telaah pustaka menjelaskan judul-judul artikel yang berkaitan dengan topik atau masalah yang akan diteliti dalam penelitian⁹. Jadi, peneliti menemukan bahwa ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan objek yang diteliti oleh peneliti:

1. Jurnal yang ditulis oleh Tarsani, dengan mengambil judul "*Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui pendekatan Komunikasi Antara Pribadi.*" Dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan. Metode dalam penelitian ini menggunakan kasus metode penelitian dan pendekatan penelitian kualitatif. Hasil penelitian

⁸ Abudi Natta, *Metodologi Studi Islam* (Jakarta: Grafindo Persad, 2000), 125.

⁹ Tim Revisi Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah STAIN Kediri, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Kediri: STAIN Kediri Press, 2016), 62.

menunjukkan peran customer service dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, melalui pendekatan komunikasi antar pribadi. yang meliputi good performance customer service serta pola komunikasi dan handling pelanggan yang baik dan berkesinambungan secara efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang mendapatkan solusi serta pelayanan yang baik yang sesuai dengan harapan, persepsi, dan kebutuhannya dari customer service GRAPARI Telkomsel Gandaria akan menjadi pengalaman dan evaluasi yang baik sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.¹⁰

Persamaan dalam penelitian peran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, fokus penelitian, tempat, waktu, dan variable yang diteliti.

2. Jurnal yang ditulis oleh Shintya Yuliana, Nor Norisanti, Faizal Mulia, dengan mengambil judul “Peran Kualitas Pelayanan Dengan Aplikasi PLN Mobile Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan”. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan dengan menggunakan Aplikasi PLN Mobile dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan metode kuantitatif pada PT. PLN (Persero) Rayon Cikembar Kabupaten Sukabumi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode Kuantitatif. Teknik analisa yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, analisis regresi linear sederhana, termasuk uji koefisien determinasi dan pengujian

¹⁰ Tarsani, Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Pendekatan Komunikasi Antar Pribadi, (*Jurnal Bricolage* Vol. 2 No. 1,), 46. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/bricolage/article/download/833/737> , Diakses pada tanggal 12 Juli 2022.

hipotesis menggunakan pengujian secara parsial (uji t). Hasil penelitian, diperoleh angka R sebesar 0,232 berada pada kategori 0,00 – 0,199 yang artinya terjadinya hubungan yang rendah antara antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Simpulan, masing-masing variabel Kualitas Pelayanan (X) dalam penelitian ini dapat mewakili dari masing-masing variabelnya dan sekaligus dapat dipergunakan oleh peneliti yang akan mendatang.¹¹

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah pertama, sama-sama membahas tentang peran aplikasi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaan pada penelitian sebelumnya yang pertama adalah pada aplikasi yang digunakan adalah Aplikasi PLN Mobile, sedangkan penelitian penulis aplikasi yang digunakan adalah aplikasi Antautama.co.id. Dari segi subjek dan metode penelitian digunakan pun berbeda.

3. Jurnal yang ditulis oleh Asti Marlina dan Fanny Humairah, dengan mengambil judul “*Peran Digital Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Kredit*”. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini melihat hasil kepuasan nasabah atas layanan digital banking BTN Syariah, didapati jumlah dengan rata-rata 3,55 dari hasil ini nasabah masuk kedalam kategori setuju atas adanya layanan digital banking ini karena nasabah cukup merasa puas dan terbantu. Dari segi usia para pengguna layanan ini banyak terdapat pada rentang usia 31-50 tahun dan

¹¹ Shintya Yuliana, N., et. al., Peran Kualitas Pelayanan Dengan Aplikasi PLN Mobile Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (*Journal of Management and Bussines (JOMB)*, Vol 1, Nomor 2, 2019), 356. <https://doi.org/10.31539/jomb.v1i2.698> Diakses pada tanggal 12 Juli 2022.

nasabah laki laki lah yang dominan, khusus nya dalam menggunakan layanan E-Banking. Walaupun saat ini sudah mencapai 50% nasabah merasa puas dengan layanan yang telah diberikan, namun pihak perbankan harus tetap meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanannya.¹²

Persamaan dalam penelitian peran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, fokus penelitian, tempat, waktu, dan variable yang diteliti.

4. Jurnal yang di tulis oleh Suhaila Lungsa M. Ruslianor Maika, dengan mengambil judul “ *Pengembangan layanan aplikasi Go-Jek dalam Meningkatkan kepuasan pelanggan*”. Penelitian ini bertujuan untuk mencari dampak ekosistem layanan dengan adanya suatu aplikasi yaitu aplikasi Go-jek. Dan juga dapat mengetahui loyalitas penggunaan aplikasi Go-jek oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif pendekatan fenomenologi, bertujuan untuk mengembangkan pemahaman yang lengkap, akurat dan jelas tentang pengalaman manusia atau momen pengalaman tertentu. Dan pendekatan fenomenologi dapat mencari pengalaman pengguna secara mendalam dalam menggunakan aplikasi Go-jek. Hasil penelitian ini bahwa sebanyak 75% informan, merasa puas terhadap layanan mitra Go-jek, meskipun mengalami kejadian tidak sesuai dengan standar prosedur operasional Go-jek, tetapi tetap puas dengan layanan yang diberikan. Go-food merupakan layanan terbanyak

¹²Asti Marlina dan Fanny Humairah, Peran Digital Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Kredit, (*Jurnal Keuangan dan Perbankan* (Vol 6, No 2, 2018), 37. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/MONETER/article/view/2409> , Diakses pada tanggal 14 Juli 2022.

yang digunakan yaitu sebanyak 36 orang, layanan kedua yang paling banyak digunakan adalah Go-ride sebanyak 32 orang yang menggunakannya. Tingkatoyalitas pelanggan kepada mahasiswa UMSIDA cukup tinggi dengan jumlah 52% informan dalam menggunakan aplikasi Go-jek.¹³

Persamaan dalam penelitian peran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, focus penelitian, tempat, waktu, dan variable yang diteliti.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Handryani Januarita. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, yang berjudul “*Analisis Penerapan Teknik E-Ticketing Dalam Meningkatkan Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Bus Damri Pada Perspektif Bisnis Islam*”, Penelitian ini bertujuan untuk melihat perkembangan dari teknik penerapan e-ticketing pada perum Damri untuk menjamin meningkatnya kepuasan penumpang, Peran e-ticket ini sangat bermanfaat bagi penumpang untuk mengurangi pembelian tiket penumpang secara offline, menghemat waktu dan efektif yang dilakukan oleh penumpang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuan E-Ticketing sangat memudahkan, praktis dan efisiensi waktu, namun penerapan E-Ticketing tidak sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP), masih adanya kendala yang terjadi yaitu aplikasi error atau tidak adanya respon,

¹³Suhaila Lungsae M. Ruslianor Maik, Pengembangan layanan aplikasi Go-Jek dalam Meningkatkan kepuasan pelanggan, (*Infokmatek*, Vol 23 No. 1, 2021) <https://www.journal.unpas.ac.id/index.php/infomatek/article/view/3944/1732>, Diakses pada tanggal 12 Juli 2022.

reschedule jadwal yang tidak sesuai, metode pembayaran bermasalah, tidak adanya terima e-ticket dan respon customer service yang lambat. Hasil pada Peran E-ticket dalam meningkatkan kepuasannya yakni Sebanyak 37% penumpang puas, 43% Netral, dan 20% Tidak Puas, mengacu pada beberapa aspek dari tolak ukur kepuasan penumpang, Sebagian besar penumpang perum Damri 30 penumpang hanya 90% penumpang akan merekomendasikan untuk orang lain dengan berbagai alasan dan 10% penumpang tidak merekomendasikan perum damri, Evaluasi dari sebagian penumpang kendala-kendala yang ada pada perum Damri. Menurut perspektif bisnis Islam penerapan e-ticketing haruslah sesuai kaidah-kaidah Islam yaitu sistem jual beli (salam) proses pembeliannya dalam meningkatkan kepuasan penumpang yakni Jujur, Amanah dan Mementingkan utama Penumpang.¹⁴

Persamaan dalam penelitian peran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, fokus penelitiannya, tempat, waktu, dan variable yang diteliti

¹⁴ Handryani Januarita, *Analisis Penerapan Teknik E-Ticketing Dalam Meningkatkan Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Bus Damri Pada Perspektif Bisnis Islam* (Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung) 2022. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/19520>, Diakses pada tanggal 15 Juni 2022.