

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Untuk memenuhi kebutuhan sebuah organisasi, manajemen pengelolaan data akan menghasilkan informasi yang bernilai. Hal ini akan memungkinkan pengelolaan data dilakukan dengan lebih efisien dan efektif. Ketepatan waktu, keakuratan, dan kebenaran sumber daya sistem informasi sebagai masukan dalam penentuan kebijakan sangat penting dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin meningkat.

Ganesha *Petshop* ialah suatu usaha yang menyediakan jasa berupa pemasaran produk perlengkapan, obat-obatan dan makanan yang diperlukan oleh hewan hingga menawarkan jasa dokter hewan.. Usaha Ganesha *Petshop* berdiri sejak 2016 dan beralamatkan di Jl. Ganesha Raya, Purwosari, Kudus. Ganesha *Petshop* tidak hanya menjual kebutuhan hewan saja, tetapi juga membuka praktik dokter hewan dengan konsultasi kesehatan hewan, serta menawarkan jasa perawatan hewan yang disebut *grooming* atau dikenal dengan salon perawatan hewan peliharaan seperti mencukur, memandikan, hingga memotong kuku. *Grooming* memuat sebutan *groom* berdasarkan thesaurus Inggris-Indonesia berarti menjaga, merapikan maupun memelihara. *Grooming* sendiri secara literal berarti mengurus, sedangkan *grooming* secara keseluruhan adalah merawat, menjaga penampilan dan secara tidak langsung menjaga kesehatan hewan peliharaan (Juhari & Firtiani, 2022).

Dalam menjalani proses bisnis yang berlangsung saat ini, Ganesha *Petshop* melakukan semua transaksi masih bersifat manual dan apa adanya dari proses penjualan barang sampai pemesanan layanan *grooming*. Maraknya para pebisnis yang membuka usaha serupa mengakibatkan penurunan pendapatan toko dikarenakan pemilik toko belum bisa berinovasi ke arah pelayanan melalui sistem untuk memudahkan interaksi dengan konsumen mengingat zaman yang semakin canggih dan mengandalkan berbagai sistem informasi di dalam bisnis mereka. Permasalahan lain yang ditemui adalah pengerjaan informasi yang belum terkomputerisasi, belum adanya bukti transaksi bagi konsumen seperti bukti pembelian atau pemasaran produk, serta belum adanya bukti hewan yang telah

menjalani *grooming*. Bukti penjualan dinilai sangat penting bagi sebuah usaha. Adanya bukti fisik merupakan suatu bukti yang sah bahwa ada transaksi yang terjadi. Laporan tersebut berfungsi sebagai bukti fisik bahwa pembelian telah terjadi dan bahwa penjual telah menerima pembayaran. Hal ini penting untuk menghindari perselisihan atau kesalahpahaman di kemudian hari ketika terdapat keluhan mengenai suatu transaksi, maka laporan pembelian tersebut dapat digunakan sebagai bukti bahwa pembelian tersebut telah terjadi. Sedangkan untuk bukti hewan yang telah di-*grooming* juga memberikan informasi penting mengenai kondisi hewan sebelum atau setelah menjalani *grooming*. Jika konsumen mengeluh akan kondisi hewan yang terluka pasca *grooming* dan respon pemilik yang tidak sesuai harapan, dengan adanya bukti hewan *grooming*, maka konsumen mendapat kemudahan mengetahui kondisi hewan peliharaannya dan pemilik dapat lebih bisa meningkatkan kualitas pelayanan.

Permasalahan lain yang ditemui yaitu mengenai pembuatan janji konsultasi dengan dokter hewan juga dilakukan dengan datang langsung ke tempat. Hal ini cukup merepotkan jika ternyata jadwal dokter penuh atau sedang tidak ada di tempat dan berakhir konsumen pulang dengan tangan kosong. Konsumen tidak mengetahui jadwal dokter. Sehingga mereka memilih pergi ke tempat lain.

Di sini pengelolaan informasi melalui komputer memakai program operasi tertentu dibutuhkan dalam menunjang sistem informasi yang cepat serta cermat sehingga dapat meminimalkan kendala waktu dan validitas data. Jadi, jika terdapat konsumen yang ingin menyerahkan skor kepuasan, hal itu adalah peluang yang bagus sebab menunjukkan jalan bagi suatu usaha untuk meningkatkan kualitas jasa pelayanan kepada konsumen yang mengeluh dan menjadikannya konsumen yang setia jika bisnis tersebut dapat menangani masalahnya dengan baik. Nilai tambah akan dicapai jika suatu bisnis dapat mengetahui apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen dari kualitas layanan yang mereka berikan. Kualitas layanan perlu mendapat atensi besar dari pelaku usaha, karena berkaitan langsung dengan daya dan tingkat keuntungan mereka. Sasaran kepuasan konsumen adalah tanggapan konsumen, atau respon konsumen terhadap pemenuhan kebutuhan. Kepuasan konsumen ditentukan oleh karakteristik produk atau layanan itu sendiri serta tingkat kepuasan yang diterima konsumen dari

pemenuhan kebutuhan konsumsi mereka (Maramis dkk., 2018). Pelayanan yang baik dapat membangun loyalitas konsumen terhadap penyedia jasa. Mengukur dan menganalisis aspek-aspek yang mempengaruhi bobot pelayanan mengenai kepuasan konsumen merupakan suatu bentuk meningkatkan mutu dari jasa suatu bisnis. Mengukur persepsi konsumen menjadi sangat krusial demi mengetahui kriteria dan faktor mana yang perlu diperbaiki untuk membuat inovasi, peningkatan layanan dan peningkatan keuntungan di masa depan.

Kualitas layanan yang bagus dalam menaikkan tingkat kepuasan konsumen. Konsumen yang puas akan melihat apakah layanan tersebut memenuhi harapan atau tidak. Secara umum, pengukuran kualitas dapat dilakukan dengan metode *servqual*, yaitu sebutan *service quality*. Proses ini dipublikasikan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (Lissa, 2016), yang telah dites melalui pengamatan serta sudah ditingkatkan ke dalam perangkat pengukuran untuk prospek kualitas menurut pelanggan yang melingkupi lima dimensi yaitu *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy* (Kamil, 2017). Metode *servqual* adalah metode yang banyak diperlukan menghitung kualitas layanan serta dikembangkan dengan tujuan meringankan manajer untuk mengidentifikasi asal persoalan mutu dengan mengetahui metode dalam meningkatkan kualitas layanan. Metode akan dibangun sesuai dengan standar untuk mengevaluasi berbagai aspek kualitas pelayanan (Wibodo & Muflihah, 2019). Dengan metode ini, akan mendapatkan jumlah *gap* (kesenjangan) per atribut dimensinya yang layak mendapati pemulihan dari penilaian metode *servqual* antara persepsi dan kenyataan, seberapa jauh penilaian tersebut terhadap layanan yang konsumen terima.

Dengan demikian kemungkinan kesalahan dalam pengelolaan data mengantongi akibat lebih kecil. Maka dari itu, penulis mengambil tema tersebut untuk penelitian tugas akhir dengan merancang sistem informasi layanan konsumen untuk menilai kepuasan konsumen berbasis web yang mudah dan bisa dipakai dalam menilai kualitas kepuasan konsumen menggunakan metode *servqual*. Bahasa pemrograman PHP (*Hypertext Preprocessor*) akan digunakan untuk membuat sistem informasi ini, sementara MySQL adalah basis data yang akan digunakan. Dengan adanya sistem ini, diharapkan usaha bisnis tersebut dapat

lebih berkembang di era digital saat ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Penulis merumuskan masalah yaitu bagaimana merancang dan membuat sistem informasi layanan konsumen menggunakan metode *servqual* untuk dapat mengetahui nilai kepuasan konsumen dalam menerima layanan dan pemilik usaha agar dapat mengevaluasi bisnis yang sudah berjalan lebih baik lagi.

## **1.3 Batasan Masalah**

Penulis membatasi masalah dalam penelitian ini untuk menjaga agar masalah tersebut tidak terlalu menyimpang dari fokus awalnya, maka pembatasan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Sistem yang hendak dibangun untuk mengelola transaksi penjualan, pemesanan jasa *grooming*, dan membuat janji temu konsultasi dokter.
2. Penggunaan metode *servqual* untuk mengukur kepuasan konsumen.
3. Sistem ini diakses oleh beberapa aktor yaitu kasir, pemilik, dan konsumen Ganesha *Petshop*.
4. Sistem akan mengatur data seperti data barang, harga jasa *grooming*, data jadwal konsultasi dokter, dan data pertanyaan kuisioner kepuasan konsumen.
5. Sistem akan menghasilkan informasi berupa pendaftaran konsumen, penjualan barang, transaksi *grooming*, jadwal konsultasi, serta penilaian kepuasan konsumen melalui pembayaran *e-wallet*.
6. Penggunaan notifikasi *whatsapp* untuk informasi penyelesaian kegiatan *grooming* kepada konsumen.
7. Bahasa pemrograman PHP akan digunakan untuk mengembangkan sistem dan MySQL yang digunakan untuk mengelola *database*.

## **1.4 Tujuan**

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat sistem berupa aplikasi *website* yang dapat memudahkan pengelola Ganesha *Petshop* guna mengetahui dan mengukur nilai kepuasan konsumen.

## 1.5 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah terciptanya aplikasi berbasis *web* yang dapat memberikan jalan keluar dalam meningkatkan pelayanan dan penjualan di Ganesha *Petshop* dengan menggunakan metode *servqual*. Dengan adanya sistem ini dapat menjadi wadah bagi pemilik untuk mengetahui nilai yang diterima dari konsumen sehingga pemilik mampu mengevaluasi kinerja yang dimiliki untuk menunjang kelayakan konsumen. Manfaat lain dari penelitian ini bagi akademis adalah memberikan penilaian terhadap mahasiswa sebagai tolak ukur karya tulis ilmiah kepada universitas.

## 1.6 Sistematika Penulisan

### BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini memuat hal-hal meliputi latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat ringkasan penelitian-penelitian terdahulu mengenai topik yang sama dengan topik yang diangkat oleh penulis. Pada Bab II juga memuat landasan teori-teori yang terkait dengan topik bahasan penulis.

### BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memaparkan metode penelitian yang digunakan selama penelitian mulai dari tahap awal pengumpulan data hingga pembangunan sistem. Bab ini juga memaparkan perancangan sistem mulai dari analisa sistem hingga desain *input output*.

### BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi hasil implementasi dari sistem yang telah selesai, mulai dari tampilan *interface* hingga pengujian sistem.

### BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan-kesimpulan dari penelitian yang telah dilaksanakan serta saran untuk penelitian selanjutnya.