

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Segala usaha menuju sukses selalu diupayakan dalam dunia bisnis. Maraknya perdagangan *online shop* merupakan perkembangan pesat di dunia usaha saat ini yang lagi trend. Bisnis dalam bidang *online shop* merupakan usaha yang dilakukan pedagang khusus menangani para customer berbelanja dengan cara yang sangat praktis dan efektif.

Proses globalisasi yang semakin meningkat menjadikan customer menempati posisi untuk mengendalikan bisnis. *Smart technology* (*Black Berry, laptop, I-pad* dll) menjadikan customer memegang kendali bisnis, melalui kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka. Bisnis perdagangan *online shop* merupakan peluang bisnis yang tanpa masalah, yaitu tanpa adanya kantor usaha pun bisa berjalan. Mengakses internet 24jam, tanpa membuang waktu dan dengan biaya yang murah kondisi ini mendorong orang untuk memilih peluang bisnis *online* yang dianggap lebih mudah dan biaya relatif rendah.

Bisnis *online* tidak sebatas hanya bisnis di bidang teknologi informasi. Berbagai sektor bisnis yang semula hanya dijalankan secara *offline* tetapi kini telah dijalankan secara *online*. Bisnis ini tanpa mensyaratkan bertemunya penjual dan pembeli. Bisnis ini merupakan peluang bisnis *online* tanpa masalah. Berbagai produk bisa dijual secara *online*. Bisnis sabun mandi, kosmetika, obat-obatan,

pakaian, buku elektronik (*E-book*) hingga berbagai bisnis jasa, semuanya bisa dijual secara online.

Makin maraknya bisnis *online* ini, tentunya akan menjadi peluang bisnis yang sangat besar bagi para ahli di bidang teknologi informasi. Merekalah yang telah menguasai berbagai hal yang berkaitan dengan dunia digital. Wajarkiranya, di sektor jasa muncul berbagai tawaran yang terkadang begitu menggiurkan. Ada pebisnis *online* yang menawarkan jasa dan produk. Untuk menjual produk, tentu saja kita harus punya produknya. Kita butuh modal untuk membeli produk beserta kebutuhan lainnya. Pilihan kedua, kita bisa menjual jasa dengan cara, memberil jasa atau keahlian kita.

Tawaran-tawaran kemudahan dalam bisnis *online* ini mampu menjadi daya tarik bagi para pemula untuk terjun mengambil peluang bisnis *online* ini. Apalagi ada jaminan bahwa untuk menjadi pebisnis *online* tidak harus menguasai seluk-beluk segala hal yang berkaitan dengan pemrograman komputer. Cukup bisa mengetik dan bisa internet kita sudah bisa menjalankan bisnis *online*. Seperti yang ditawarkan lewat *E-book* tentang bagaimana menjadi ahli masalah yaitu bagaimana mengambil peluang bisnis onlinet tanpa kesulitan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Band, 1991). Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut (Mowen, 1995).

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana konsumen merasa senang dengan kinerja yang diberikan oleh perusahaan telah sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba atau bahkan kerugian. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu produk. Oleh sebab itu perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar dapat segera mengetahui atributnya apakah dari suatu produk yang bisa membuat pelanggan tidak puas. Disamping itu mengukur tingkat kepuasan pelanggan tidaklah mudah karena data tentang kepuasan bersifat subyektif sesuai dengan jawaban para responden menurut pengalaman mereka dalam berbelanja *online shop*.

Lebih penting lagi untuk diketahui, bahwa tinggi rendahnya kualitas pelanggan yang diberikan oleh perusahaan sangat tergantung pada kemampuan manajemen perusahaan. Kita harus bisa mengelolah dimensi-dimensi kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga itu sendiri.

Rambat Lupiyoadi (2001:148). Dimensi-dimensi pembentuk kualitas pelayanan adalah:

- a. *Tangibles* yaitu berwujud / bukti langsung mengenai penampilan sarana dan penampilan fisik, perlengkapan atau peralatan, penampilan personal, dan media komunikasi yang dapat diandalkan karena merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan dan indikatornya meliputi kualitas teknologi.

- b. *Reliability* yaitu kemampuan memberikan pelayanan sesuai dijanjikan secara akurat dan terpercaya dan juga pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan dan indikatornya meliputi kualitas sinyal maupun suara yang lebih baik, sesuai antara fungsi yang dikomunikasikan (diiklankan) dengan kenyataan yang terjadi.
- c. *Responsiveness* (responsif) yaitu kemauan untuk membuat pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
- d. *Assurance* (keyakinan) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
- e. *Empathy* (empati) yaitu syarat untuk peduli memberikan perhatian dan pribadi bagi pelanggan.

Online Shop tidak lain dan tidak bukan adalah sebuah TOKO, hanya saja berbasis *online* atau berada di dunia maya. Maka tentu saja yang perlu dipelajari adalah manajemen toko. Penggunaan dasar Stock Management yang baik, serta basis manajemen toko merupakan modal penting bagi yang ingin membuka *online shop* sendiri

Akuntansi manajemen merupakan salah satu bagian dari ilmu akuntansi yang menitikberatkan permasalahannya pada organisasi serta informasi yang dibutuhkan organisasi tersebut. Laporan dari bagian akuntansi dalam perusahaan dapat membantu manajer mengambil keputusan dengan lebih bijak dan terarah, setelah keputusan diambil biasanya bagian akuntansi akan menilai apakah keputusan itu efektif dan efisien.

Dengan kata lain *Akuntansi Manajemen dan Laporan Akuntansi* menyajikan informasi yang terutama ditujukan untuk memberi gambaran kondisi financial dalam pencapaian tujuan perusahaan. Dilain pihak para manajer harus menentukan tujuan perusahaan, menjabarkan tujuan tersebut, mengevaluasi dan mengambil tindakan untuk pencapaian, sesudah itu mengendalikan apa yang telah ditetapkan. Informasi akuntansi sangat membantu menjalankan fungsi manajer tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *online shop*?
2. kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara individual berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *online shop*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk memberi gambaran bagaimana berbisnis *online* dan pengaruh apa saja yang bisa terjadi dalam dunia bisnis online shop.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

1.4 Manfaat Penelitian

Penulisan ini penting karena hasilnya berguna bagi :

1. Peneliti

Menambah pengetahuan dan membuka wawasan peneliti tentang kepuasan pelanggan *online shop*.

2. Para mahasiswa STIE PERBANAS SURABAYA

Agar menjadi masukan tentang berbisnis melalui *online*.

3. Pengguna internet

Agar semakin sadar bahwa internet bisa menjadi peluang bisnis yang mampu menghasilkan keuntungan finansial yang tidak ribet.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada sub bab ini, dijelaskan isi dari masing – masing bab yang meliputi sub-sub bab yang ditulis dalam penelitian ini disusun secara sistematis dengan urutan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan secara keseluruhan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan ringkasan dari beberapa penelitian terdahulu, teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, serta kerangka pemikiran teoritis dan pengembangan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian secara rinci mengenai hal-hal yang berkaitan dengan prosedur penelitian, batasan penelitian, Identifikasi Variable, Definisi Operasional dan pengukuran Variable, instrument penelitian, populasi, sample dan teknik pengambilan sample, Metode Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian dan Teknik Analisa Data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisikan tentang Gambaran Subyek Penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan dengan pembuktian hipotesisnya, keterbatasan penelitian serta saran-saran.